

Universidade de Brasília
Centro de Desenvolvimento Sustentável
Doutorado em Desenvolvimento Sustentável

Slow Food na Itália e no Brasil.

História, projetos e processos de valorização dos recursos locais

Tese de Doutorado

Chiara Gentile

Prof. Orientador

José Luiz de Andrade Franco

Brasília - DF, fevereiro/2016

Gentile, Chiara

Slow Food na Itália e no Brasil. História, projetos e processos de valorização dos recursos locais.

Brasília, 2016

412 p.

Tese de doutorado. Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília.

1. Slow Food. 2. Slow Food Brasil. 3. Projeto Fortalezas. 3. Desenvolvimento local. 4. Capital social. 5. Cultura cívica
I. Universidade de Brasília. CDS.
II. Título.

É concedida à Universidade de Brasília permissão para reproduzir cópias desta tese e emprestar ou vender tais cópias, somente para propósitos acadêmicos e científicos. A autora reserva a si outros direitos de publicação e nenhuma parte desta dissertação pode ser reproduzida sem a autorização por escrito da autora.

Chiara Gentile

Universidade de Brasília
Centro de Desenvolvimento Sustentável

Slow Food na Itália e no Brasil.

História, projetos e processos de valorização dos recursos locais

Chiara Gentile

Tese de Doutorado submetida ao Programa de Pós-Graduação stricto sensu do Centro de Desenvolvimento Sustentável da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos para obtenção do grau de Doutor em Desenvolvimento Sustentável, área de concentração em Política e Gestão Ambiental, opção acadêmica.

Aprovado por:

José Luiz de Andrade Franco

(Orientador)

Doris Aleida Villamizar Sayago

(Examinadora)

Marcel Bursztyn

(Examinador)

Janaína Deane de Abreu Sá Diniz

(Examinadora)

Frederico Augusto Barbosa da Silva

(Examinador)

Brasília-DF, 22 de fevereiro de 2016

AGRADECIMENTOS

A José Luiz de Andrade Franco, orientador, amigo e mestre, que foi a primeira pessoa que conheci ao pisar o solo brasileiro e que me convidou para essa aventura. Sem ele nada teria acontecido.

Aos professores do CDS, em especial ao professor José Augusto Drummond, à professora Doris Sayago e ao professor Marcel Bursztyn, pelas contribuições, as reflexões, a aprendizagem e a amizade ao longo desses anos.

Aos colegas, amigos e funcionários do CDS, pela colaboração e o apoio constantes.

A todos os sócios do Slow Food italianos e brasileiros, a todos os agricultores e produtores conhecidos durante esses anos, pela enorme disponibilidade, pela hospitalidade e pelas conversas preciosas.

Todos eles escreveram esta tese junto comigo.

Conhecê-los foi a descoberta mais importante.

Um agradecimento especial a Marco, Antonella, Roberto e David, a Duilio, Giovanni, Renzo, Paolo, Alda, Paola e a todos os do Rosso e i suoi Fratelli; a Etelca e Maurizio; a Bruno e Ornella, a Enzo e Violetta; a Jussemar, Waldemar, Analice e Adilson, que me revelaram o essencial; a Josenaide, Kátia, Daniela, Dilmo e Natal; a Humberto, Gabrio, Terezinha, Jean e Carlyle; a Giorgio e Elena do Parque Nacional Gran Sasso e Monti della Laga; à professora Sônia de Souza Mendonça Menezes da UFS.

A Piero Sardo, Francesca Baldereschi e Valentina Bianco.

Ao amigo Andrea Fantini, pela música, as risadas, a comida e o mar da sua ilha.

A meus pais e meus irmãos, pela confiança, as energias, os caminhos, a liberdade e o entusiasmo que me ensinaram e que sempre me transmitem.

À minha família brasileira, em especial a Simone, porque sem o apoio total e o carinho que todos me doaram, desde o início, eu não poderia estar aqui, hoje.

A Bernardo, por querer todo dia juntar seu caminho com o meu.

RESUMO

O movimento Slow Food, após mais de 25 anos do surgimento, atua hoje em nível internacional, promovendo sistemas de produção e comercialização de alimentos que visam a sustentabilidade ambiental e social, em prol de produtos típicos e de pequenos produtores. No Brasil, o Slow Food vivencia uma história peculiar e alcança uma difusão notável. Este trabalho tem por objetivos (1) a reconstrução e interpretação históricas do surgimento e da difusão do movimento Slow Food na Itália e no Brasil; (2) o estudo da aplicação prática dos princípios pregados pelo movimento, seu papel e sua contribuição em projetos de valorização de produções alimentícias visando o desenvolvimento local (projetos Fortaleza); (3) a identificação e análise dos fatores socioculturais, institucionais e históricos que favorecem ou obstam a evolução exitosa de projetos de desenvolvimento embasados na valorização de recursos e do capital social territoriais. A pesquisa histórica sobre origem e evolução do movimento nos dois países está baseada em fontes bibliográficas e em fontes orais primárias, por meio de entrevistas com testemunhas-chave. A análise dos projetos foi realizada a partir da seleção de oito estudos de caso (quatro projetos na Itália, quatro no Brasil), por meio de visitas em campo, entrevistas, material fotográfico e fontes escritas. Isto foi alcançado por meio de levantamento de dados quantitativos e qualitativos sobre a história e o andamento dos projetos e de histórias de vida dos atores envolvidos. Entre os resultados principais, destaca-se que: (a) a conscientização e a preocupação com os aspectos sociais, políticos e ambientais relativos ao alimento, a seus processos produtivos e à sua procedência, por parte do público consumidor no Brasil e na Itália, refletem a conjuntura histórica e econômica peculiar que cada um dos dois países atravessa, mas, apesar de diferenças estruturais e culturais substanciais, existem sinais de aproximação; (b) no Brasil, desde o princípio, a atuação do movimento Slow Food toma o caminho da parceria governamental oficial e da gestão vertical, com consequências específicas sobre a configuração e atuação do movimento; (c) no âmbito dos projetos locais, o Slow Food funciona como agente e catalisador de percursos de desenvolvimento territorial apenas em contextos onde sua intervenção é acessória e integradora, quando as redes e as atitudes socioculturais idôneas à valorização dos recursos locais preexistem e independem da atuação do Slow Food; (d) existem conjuntos de fatores de diversas naturezas que propiciam ou dificultam o bom andamento dos projetos, os quais estão estritamente ligados à presença/ausência de capacitação e cultura cívica. Com base nisso, foi possível concluir que o Slow Food, no Brasil, achou âmbitos de atuação apropriados, dando vida a formas autóctones do movimento; que existem alguns tópicos socioculturais transversais interligando o desdobramento dos projetos realizados na Itália e no Brasil e em suas diferentes regiões; que, em relação a isso, não existe pré-determinação de tipo cultural ou institucional, mas sim existem variáveis históricas influentes e, ao mesmo tempo, espaço para a mudança. E, ainda, que os maiores e mais ricos repositórios de capital social primordial são representados por relações da mesma tipologia daquelas que constituem os obstáculos principais para a realização de boas práticas e da comunidade cívica.

Palavras-chave: Slow Food, Slow Food Brasil, projeto Fortalezas, desenvolvimento local, capital social, cultura cívica.

ABSTRACT

The Slow Food movement, since its creation more than 25 years ago, currently operates internationally, by promoting social and environmental sustainable systems of food production and food marketing and by promoting typical products and small producers. In Brazil, the Slow Food movement experiences a peculiar history and achieves a remarkable diffusion. This work aims to: (1) make a historical interpretation of the origin and diffusion of the Slow Food movement in Italy and Brazil; (2) study the implementation of the principles stated by the movement, its role and contribution in the enhancement of the projects of food production for the local development (Presidia projects); (3) identify and analyse the socio-cultural, institutional and historical factors that might support or hinder the successful evolution of the local resource appreciation and of the territorial capital based on developing projects. The historical research on the origin and the evolution of the movement in the two countries is based on literature sources and primary oral sources, by interviewing key witnesses. The analysis of the project was achieved through the selection of eight case studies (four projects in Italy and four in Brazil), through field work, interviews, photographic material and written sources. This was achieved by collecting qualitative and quantitative data on the project history and progress, also through the collection of the life stories of those involved. Among the main findings, it is possible to emphasize: (a) that awareness and concern of the Italian and Brazilian consuming public for the social, political and environmental aspects related to food production processes and food origins reflect the distinctive historical and economic conditions that each of the two countries goes through; but in despite of the substantial structural and cultural differences, there are approximation signals; (b) that in Brazil, from the beginning, the role of the Slow Food movement takes the peculiar way of official government partnership and vertical management, with specific consequences on the configuration of the movement and the movement action; (c) that within the framework of the local projects, Slow Food movement works as an agent and catalysis of territorial development paths merely in contexts where its intervention is subsidiary and integrating, where suitable networks and socio-cultural attitudes for the enhancement of the local resources pre-exist, without relying on the performance of Slow Food; (d) that there are sets of different factors that promote or hinder the smooth progress of projects, which are closely linked to the presence / absence of empowerment and civic culture. On that basis, it was concluded that the Slow Food movement in Brazil finds suitable areas of activity, giving rise to autochthonous forms of the movement. There are some cross socio-cultural topics linking the unfolding of the projects carried out in Italy and in Brazil, and among Brazilian and Italian different regions; in this respect, institutional or cultural pre-determination does not exist, but there are influential historical variables and, at the same time, there is space for change. Also, we can conclude that the best and richest primary social capital repositories are represented by relations of the same type from those that are the main obstacles to good practices and civic community realization.

Keywords: Slow Food, Slow Food Brazil, Presidia project, local development, social capital, civic culture.

ABSTRACT

Il movimento Slow Food, a più di 25 anni dalla sua nascita, è attualmente attivo a livello internazionale, attraverso la promozione di sistemi di produzione e commercializzazione alimentari socialmente e ambientalmente sostenibili e della tutela di prodotti tipici e piccoli produttori. In Brasile Slow Food è protagonista di una storia peculiare e ha raggiunto un considerevole livello di diffusione. Gli obiettivi di questo lavoro sono: (1) la ricostruzione storica e l'interpretazione della nascita e della diffusione del movimento in Italia e in Brasile; (2) lo studio dell'implementazione dei principi professati dal movimento, il suo ruolo e il suo contributo in progetti di valorizzazione di produzioni alimentari per lo sviluppo locale (progetto Presidi); (3) l'individuazione e l'analisi dei fattori socioculturali, istituzionali e storici che favoriscono o ostacolano la buona riuscita di progetti di sviluppo basati sulla valorizzazione delle risorse e del capitale sociale territoriali. La ricerca storica circa le origini e l'evoluzione del movimento nei due paesi si basa su fonti bibliografiche e fonti orali primarie, attraverso interviste con testimoni chiave. L'analisi dei progetti è realizzata a partire dalla selezione di otto casi di studio (quattro in Italia, quattro in Brasile), attraverso la ricerca di campo, la raccolta di interviste, di materiale fotografico, di documentazione scritta, di dati qualitativi e quantitativi relativi alla storia e al decorso dei progetti e di storie di vita degli attori coinvolti. Secondo i risultati principali, si evidenzia che: (a) tra i consumatori brasiliani e italiani la consapevolezza e la preoccupazione circa gli aspetti sociali, politici e ambientali connessi al cibo, ai suoi processi produttivi e alla sua provenienza riflettono la congiuntura storica peculiare attraversata da ciascuno dei due paesi, ma, nonostante le sostanziali differenze strutturali e culturali, esistono segnali di convergenza; (b) in Brasile, fin dall'inizio, l'azione di Slow Food ha assunto la forma peculiare del partenariato governativo ufficiale e della conduzione verticale, con conseguenze specifiche sulla configurazione e la condotta del movimento; (c) per quanto riguarda i progetti locali, Slow Food funziona come agente e catalizzatore di percorsi di sviluppo territoriale solo in contesti in cui il suo intervento è supplementare, cioè là dove reti e attitudini socioculturali idonei alla valorizzazione delle risorse locali preesistono, indipendentemente dall'azione di Slow Food; (d) esistono insiemi di fattori di varia natura che favoriscono o ostacolano l'evoluzione positiva dei progetti, i quali sono strettamente legati alla presenza/assenza di *empowerment* e cultura civica. Pertanto è stato possibile concludere che Slow Food, in Brasile, ha trovato ambiti di implementazione appropriati e ha dato vita a forme autoctone del movimento; che esistono alcuni fattori socioculturali trasversali, che accomunano lo sviluppo dei progetti in Italia e in Brasile e nelle differenti regioni italiane e brasiliane; che, a tal proposito, non esiste predeterminazione di tipo culturale o istituzionale, bensì esistono variabili storiche influenti e, allo stesso tempo, spazio per il cambiamento. Un'ulteriore tesi conclusiva afferma che i maggiori e più ricchi serbatoi di capitale sociale primordiale risiedono in relazioni della medesima tipologia di quelle che costituiscono i principali ostacoli alla realizzazione di buone pratiche e della comunità civica.

Parole chiave: Slow Food, Slow Food Brasile, progetto Presidi, sviluppo locale, capitale sociale, cultura civica.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABREMC - Associação Brasileira de Ecomuseus e Museus Comunitários

ADCC - Associação de Desenvolvimento Comunitário do Caxambu

AGRECO - Associação dos Agricultores Ecológicos das Encostas da Serra Geral

AIAB - Associazione Italiana di Agricoltura Biologica (Associação Italiana de Agricultura Orgânica)

ANT - Actor Network Theory

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

APT - Agenzia di Promozione Turistica (Agência de Promoção Turística)

ARSIA - Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'Innovazione del settore Agricolo-forestale

BDI-Beni demotnoantropologici immateriali

CE - Comunidade Europeia

CEASA - Central Estadual de Abastecimento

CEB - Comunidade Eclesial de Base

CEE - Comunidade Econômica europeia

CENESC - Centro de Estudos e Exploração Sustentável do Cerrado

Cf., cf. - Confira

CISAMA - Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico, Meio Ambiente, Atenção à Sanidade dos Produtos de Origem Agropecuária e Segurança Alimentar da Serra Catarinense

CNBB - Conferência Nacional dos Bispos do Brasil

CODETER - Colegiados de Desenvolvimento Territorial

CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento

COOPERCUC - Cooperativa Agropecuária Familiar de Canudos Uauá e Curaçá

COP8 - 8ª Conferência das Partes da Convenção da Diversidade Biológica

DES - Distretto di Economia Solidale

DOP - Denominazione d'Origine Protetta (Denominação de Origem Protegida)

EEB - Encefalopatia Espongiforme Bovina

EMATER - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural

EMBRAPA - Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária

EPAGRI - Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural de Santa Catarina

ERSA - Ente Regionale per lo Sviluppo dell'Agricoltura (Ente Regional para o Desenvolvimento da Agricultura do Friul-Veneza Júlia)

ETG - Especialidade Tradicional Garantida

FAO - Food and Agriculture Organization

FEADER - Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural

FEAGA - Fundo Europeu Agrícola de Garantia

FEOGA - Fundo Europeu de Orientação e Garantia Agrícola

FIDA - Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola

FMAM/GEF - Fundo para o Meio Ambiente Mundial

FUNAI - Fundação Nacional do Índio

FUNATURA - Fundação Pró-Natureza

FUNBIO - Fundo Brasileiro para a Biodiversidade

GAL - Gruppo di Azione Locale (Grupo de Ação Local)

GAS - Gruppo di Acquisto Solidale (Grupo de Compra Solidária)

GIZ - Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (Agência Alemã de Cooperação Internacional)

GREMI - Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs

ICBSA - Istituto Centrale per i Beni Sonori ed Audiovisivi

ICCD - Istituto Centrale per il Catalogo e la Documentazione

ICMBio - Instituto Chico Mendes de Conservação de Biodiversidade

IDEA - Istituto Centrale per la Demoetnoantropologia

IFAS - Instituto de Formação e Assessoria Sindical Rural

IGP - Indicazione Geografica Protetta (Indicação Geográfica Protegida)

IICA - Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura

IMCA - Instituto Morro da Cutia de Agroecologia

INCR - Inventário Nacional de Referências Culturais

INCRA - Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária

INEA - Istituto Nazionale di Economia Agraria

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

IRPAA - Instituto Regional de Pequena Agropecuária Apropriada

ISCOS - Istituto sindacale per la cooperazione allo sviluppo (Instituto sindical para a cooperação ao desenvolvimento)

ISPN - Instituto Sociedade, População e Natureza

ISTAT - Istituto Nazionale di Statistica

KMB - Katholische Männerbewegung der Diözese Linz (Movimento dos Homens Católicos da Diocese de Linz)

LACAF - Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar

MAPFRE - Mutualidad de la Agrupación de Proprietários de Fincas Rústicas de España

MDA - Ministério do Desenvolvimento Agrário

MDIC - Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior

MDS - Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome

MESA - Ministério Extraordinário de Segurança Alimentar e Combate à Fome

MMA - Ministério do Meio Ambiente

NdA - Nota do Autor

PAA - Programa de Aquisição de Alimentos

PAC - Política Agrícola Comum

PACI - Progetto integrato per il Patrimonio Culturale Immateriale e la Diversità Culturale

PCI - Partido Comunista Italiano

PDR - Plano de Desenvolvimento Rural

PDUP - Partido di Unitá Proletaria

PEN - Plano Estratégico Nacional

PGPM-BIO - Programa de Garantia de Preços Mínimos para a Sociobiodiversidade

PLANAPO - Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica

PNAE - Programa Nacional de Alimentação Escolar

PNPI - Programa Nacional de Patrimônio Imaterial

PNPSB - Plano Nacional para a Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade

PNUD - Programa das nações Unidas para o Desenvolvimento

PPP-ECOS - Programa de Pequenos Projetos Ecosociais

PROCUC - Programa de Convivência com o Semiárido em Canudo, Uauá e Curaçá

PRONAF - Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

PT - Partido dos Trabalhadores

RES - Rete Italiana dell'Economia Solidale

RIPESS - Rede Intercontinental para a Promoção da Economia Social Solidária

RPPN - Reserva Particular do Patrimônio Natural

s. d. - sem data

s.l., S.l. - *sine loco*

s.p. - sem página

SAF - Secretaria de Agricultura Familiar

SFB - Serviço Florestal Brasileiro

SDT - Secretaria de Desenvolvimento Territorial

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio a Micro e Pequenas Empresas

SECEX - Secretaria de Comércio Exterior

SENAR - Serviço Nacional de Aprendizagem Rural

SGP - Small Grants Programme

SISAN - Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

STG - Specialità Geografica Garantita

TFCA - Tropical Forest Conservation Act

UE - União Europeia

UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina

UNOPS - United Nations Office for Project Services (Escritório de Serviços de Projetos das Nações Unidas)

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. A logomarca dos Mercados da Terra italianos, dos países anglófonos e em árabe.	42
Figura 2. A, B, C, D Turim, Outubro de 2014, momentos da última edição do evento Salone del Gusto e Terra Madre: a enorme fila na entrada; o espaço dedicado à Arca do Gosto e a todos seus produtos; stands de diferentes países e continentes.	45
Figura 3. Turim, outubro de 2014, Salone del Gusto e Terra Madre: a Arca do Gosto com seu produtos, no centro do pavilhão do Terra Madre.	74
Figura 4. A, B Apresentação do Grupo de Trabalho do Slow Food Brasil sobre Queijos Artesanais durante o último evento Salone del Gusto-Terra Madre, com a participação do Presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, Piero Sardo (sentado à esquerda). Turim, outubro de 2014.	89
Figura 5. Logomarca comercial concedida aos produtores das Fortalezas italianas.....	100
Figura 6. Números das Fortalezas italianas por regiões (dados de 2014) e Fortalezas analisadas como estudos de caso para o presente trabalho.	104
Figura 7. Os produtos do projeto Fortalezas no Brasil.	105
Figura 8. Selos oficiais (versão italiana) em uso para produtos com Denominação de Origem Protegida, com Indicação Geográfica Protegida e para Especialidade Tradicional Garantida.	129
Figura 9. A, B, C, D, E Lajes das Aroeiras, Uauá (BA), Analice e Waldemar durante a entrevista	192
Figura 10. A, B, C Desenho do fruto do umbu realizado por algumas crianças de Lajes das Aroeiras durante a entrevista com Waldemar, Analice e Jussemar; frutos de umbu; Umbuzeiro.	196
Figura 11. Analice mostra o maracujá da caatinga.....	197
Figura 12. Entrevista com Adilson e Jussemar, comunidade rural Testa Branca.	201
Figura 13. A, B A mini-fábrica de Lajes das Aroeiras; Jussemar e Analice mostram a cozinha da mini-fábrica.	204
Figura 14. A, B, C Fábrica central: entrada principal, armazém do material para embalagem e cozinha.	205
Figura 15. A, B Zé Milton, técnico de produção da Coopercuc, e Jussara, responsável do setor de venda, durante as entrevistas.	205
Figura 16. A, B, C, D Jussemar mostra os produtos da Coopercuc, na sede da cooperativa (Uauá); Alguns dos produtos da Coopercuc.	206
Figura 17. A, B Povoado de Cajazeiras, Santa Luzia do Itanhhy, Sergipe.	216
Figura 18. A, B Mulheres das famílias das marisqueiras de Cajazeiras quebrando caranguejo na porta de casa, à tarde.....	221

Figura 19. A, B A máquina selecionadora da Cooperativa l'Unitaria (conseguida com o auxilio financeiro de projetos da União Europeia); loja de produtos alimentícios dentro da sede da Cooperativa L'Unitaria.	236
Figura 20. A, B Embalagem de duas variedades de feijões toscanos (a Fortaleza Fagiolo Rosso di Lucca e o <i>Cannellino</i>); detalhe da etiqueta narrativa do Fagiolo Rosso.	237
Figura 21. Francesco no campo de trigo.....	238
Figura 22. A, B Antonella e Carlo durante a entrevista com Carlo, na terra onde ele cultiva feijões.....	239
Figura 23. A, B A estrutura agroturística de Paolo e Caterina; Paolo na horta.	240
Figura 24. Da esquerda: Renzo, Duilio e Giovanni Giovannoni, entrevistados na sede da Cooperativa l'Unitaria.	242
Figura 25. No galpão de Renzo, Giovanni e Paolo. Na foto, Renzo (à direita), Giovanni (no meio) e seu irmão.....	243
Figura 26. Entrevistando Federico, entre os pomares e as hortas de sua empresa agrícola familiar.	244
Figura 27. Paola (à esquerda) e Alda na cozinha do restaurante "I Diavoletti".	246
Figura 28. O stand dos produtores da Fortaleza do Fagiolo Rosso di Lucca e as fotos da série <i>Facce da Fagiolo</i> no Salone del Gusto-Terra Madre de 2014.	248
Figura 29. A, B, C O canal que escorre ao lado do Mulino Cocconi, sede do Ecomuseu; a entrada e o edifício do Ecomuseo delle Acque del Gemonese; antigos maquinários restaurados e expostos em sua sede original, no mulino Cocconi.	258
Figura 30. O <i>pan di sorc</i>	261
Figura 31. Etelca e Maurizio ao lado de um dos campos geridos graças à Associação do Ecomuseu.....	264
Figura 32. Gemona, loja de produtos típicos locais promovendo as Fortalezas Slow Food da região.	265
Figura 33. A, B A inauguação do primeiro Mercado da Terra de Gemona; Maurizio e a filha Ersilia vendem os produtos típicos e as Fortalezas da região durante o Mercado da Terra.....	266
Figura 34. Uma <i>Auracária</i> em seu habitat natural.....	278
Figura 35. Dilmo Israel durante a entrevista, em Urubici.	284
Figura 36. A, B, C Barueiro; fruto do barueiro; fruto do baru aberto com castanha.....	290
Figura 37. A, B Dante, produtor agrícola, expando e vendendo a lentilha Fortaleza no Salone del Gusto de 2014; uma das embalagens da Fortaleza da Lenticchia di Santo Stefano.	307
Figura 38. A, B Papacella verde e vermelha.	320
Figura 39. A, B, C Bruno entre as fileiras de planta de papacella; as embalagem dos produtos da empresa agrícola familiar de Bruno; Bruno expando e vendendo seus produtos no Salone del Gusto, Turim, 2014.....	326

Figura 40. A, B, C Enzo no campo de tomate; o vidro de *papaccella* em óleo; Enzo no galpão onde são estocados os produtos que ele produz e vende.329

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Fortalezas brasileiras e região de produção.....	87
Tabela 2. Andamento das Fortalezas italianas por região.	101
Tabela 3. Andamento das Fortalezas mundiais por país.	102
Tabela 4. Andamento das Fortalezas italianas e internacionais no período 2004-2014.....	103
Tabela 5. Os números do sistema Leader na UE no período 1991-2006.	145
Tabela 6. Os 10 produtos brasileiros mais exportados no ano de 2013.	147
Tabela 7. Exportações agrícolas por setores: 2005-2011.	148
Tabela 8. Os 4 principais setores na contribuição ao crescimento das exportações por ordem de importância.	150
Tabela 9. Exportações agrícolas brasileiras, segundo os dez principais mercados de destino.	151
Tabela 10. As 20 maiores empresas de produção alimentícias ativas no Brasil em 1990 e em 2003.	155
Tabela 11. Saldo comercial do setor agroalimentar italiano.	160
Tabela 12. Comércio agroalimentar da Itália, por setores. Setor primário.	162
Tabela 13. Comércio agroalimentar da Itália, por setores. Setor Indústria alimentar e das bebidas.....	162
Tabela 14. Os primeiros 17 produtos importados.....	163
Tabela 15. Os primeiros 18 produtos exportados.	164

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	18
1 Slow Food: o movimento.....	29
1.1 Estudar um movimento, estudar as redes	29
1.2 Origens do movimento Slow Food	32
1.3 A evolução e os grandes projetos: a Arca do Gosto, a Fundação Slow Food para a Biodiversidade, as Fortalezas e os Mercados da Terra	37
1.4 Terra Madre: a virada política	43
1.4.1 O bom, o limpo e o justo	48
1.5 Ideário essencial do Slow Food.....	50
1.5.1 O prazer: uma questão de direitos e política	60
1.5.2 Comer, um ato político	62
1.6 Estrutura atual do movimento	66
1.7 Perspectivas e projetos atuais	72
2 O Slow Food no Brasil.....	77
2.1 O milho e os Krahôs: Prêmio Slow Food para a Biodiversidade.....	77
2.2 A chegada do Slow Food.....	81
2.3 O Slow Food no Brasil hoje	86
2.4 O Slow Food e o Brasil: um caminho peculiar.....	91
2.5 As relações entre Bra e o Brasil hoje: críticas e expectativas	93
3 O projeto Fortalezas	97
3.1 Origens do projeto e as Fortalezas na Itália.....	97
3.2 O início do projeto Fortalezas no Brasil	104
3.3 Os projetos Fortalezas como laboratório de desenvolvimento local.....	107
3.4 Redes , capitais e ciclos: o referencial teórico	111
3.5 <i>Actants</i> e macro-atores em cena: características salientes do contexto italiano e brasileiro	119
3.5.1 A comida como bem cultural imaterial. O sistema de catalogação e salvaguarda na Itália e no Brasil	123
3.5.2 Indicação e denominação geográficas: sistemas de tutela legal na Itália e no Brasil.....	126
3.5.3 As políticas públicas.....	135
3.5.4 O sistema agroalimentar no Brasil.....	146
3.5.5 O sistema agroalimentar na Itália	157

3.6	Demanda e oferta, infraestruturas físicas, estruturas mentais: o naufrágio pela mentalidade	171
4	Viagem entre as Fortalezas. Histórias e retratos do diário de campo	180
4.1	A escolha dos estudos de caso e a questão geográfica	180
4.1.1	Indicadores qualitativos de base e considerações sobre os resultados gerais	185
4.2	<i>Quem andava a pé começou a andar de bicicleta. A Coopercuc e a Fortaleza do Umbu.....</i>	189
4.3	<i>Aqui não aparece ninguém para fazer. A ex-Fortaleza do Aratu</i>	210
4.4	<i>O vermelho e seus irmãos. A Fortaleza do Fagiolo Rosso di Lucca.....</i>	224
4.5	<i>Do protesto à proposta. O Ecomuseu e a Fortaleza do Pan di Sorc</i>	254
4.6	<i>Espero que outras pessoas abracem esse trem aí. A Fortaleza do Pinhão da Serra Catarinense</i>	276
4.7	<i>A família ganhou a permanência na terra. A Fortaleza da Castanha de Baru</i>	289
4.8	<i>Acompanhamos os produtores de mãos dadas. O Parque Nacional e as Fortalezas de montanha.....</i>	300
4.9	<i>Aqui não se semeia para colher. As três Fortalezas do agro acerrano-nolano (Nápoles).....</i>	315
5	Do ambiente inovador à cultura cívica	338
5.1	O ambiente inovador.....	338
5.2	Da cultura do desenvolvimento à agentividade histórica.....	352
5.3	Sobre a cultura cívica.....	357
5.4	A comunidade cívica: variáveis, caracteres e declinações	361
5.5	À procura das raízes da comunidade cívica	372
	CONCLUSÕES.....	378
	BIBLIOGRAFIA.....	386

INTRODUÇÃO

No final da década de 1980 nasce, na Itália, o movimento Slow Food. Hoje constituído como associação internacional com mais de 100.000 membros em 150 países do mundo, o Slow Food, por meio de seus projetos, atua para a proteção e promoção de alimentos e variedades tradicionais de qualidade e dos ingredientes primários, tendo por base a conservação de métodos de cultivo e processamento ecologicamente atentos, a defesa da biodiversidade – tanto de espécies cultivadas como silvestres – e a tutela das comunidades de produtores e do conjunto de valores históricos, artísticos, culturais e identitários contidos nas heranças alimentares.

O lema é a defesa do direito universal ao alimento “bom, limpo e justo”. Fulcro filosófico e ideal que norteia todas as ações e os projetos do movimento, tal declaração de princípios condensa instâncias múltiplas: promoção do direito universal à alimentação saudável e de qualidade (*bom*); defesa da naturalidade dos produtos alimentares, das diversidades biológica e cultural ligadas a produção, preparo e consumo; promoção de formas produtivas em pequena escala (familiar, comunitária), ecologicamente corretas e capazes de respeitar os equilíbrios dos ciclos que ligam o sistema ambiente/homem/matéria-prima (*limpo*); denúncia das contradições globais entre fome e obesidade, carência e desperdício; respeito ao trabalhador e seu *know-how*, através da condenação de processos de produção e comercialização caracterizados por formas exploratórias (*justo*).

Ao longo dos últimos vinte e cinco anos, superando os limites geográficos e sociais do contexto originário, o movimento tem ganhado postura política e visibilidade mundial cada vez mais significativas. Sua força e propagação são atribuíveis à capacidade que o movimento tem demonstrado em interceptar e dar respostas, ao longo dos anos, às inquietudes do mundo atual e à demanda por práticas de produção e consumo críticas e alternativas expressas por algumas faixas sociais. Devido ao conteúdo de seus princípios inspiradores, ao empenho político, à abrangência, atualidade e relevância dos temas e dos projetos, a difusão do movimento e de sua proposta representa um fenômeno considerável, desde vários pontos de vista. Isso vale especialmente em relação ao Brasil, onde o movimento enveredou por um caminho absolutamente peculiar.

Os projetos promovidos pelo Slow Food e sua participação ativa na redefinição das práticas de produção, comercialização e consumo alimentares estão inteiramente inseridos no

debate atual sobre a necessidade de conversão em sentido local (menor escala e atenção ecológica) das formas usuais de produção, distribuição e consumo, comumente dominadas pelo gigantismo das estruturas próprias da economia de mercado globalizada.

Um dos projetos Slow Food mais difundido no mundo é representado pelas assim chamadas “Fortalezas”. Trata-se de experiências de valorização dos recursos locais em pequena escala. Por meio de consultorias técnicas, cursos de formação, apoio nas ações de marketing e visibilização, os produtores dos alimentos artesanais declarados “fortalezas” são auxiliados a preservar seus métodos tradicionais e seus produtos finais. Surgidos na Itália, no ano de 2000, e, hoje, espalhados no globo inteiro, os projetos Fortalezas são baseados em contextos geográficos específicos. As estratégias variam de acordo com o produto e o contexto. Porém, os objetivos são os mesmos: promover a produção artesanal; estabelecer padrões rígidos de produção e de qualidade (garantindo o respeito dos recursos naturais, das matérias-primas e do trabalho empregados na produção); garantir um futuro viável para os alimentos e os produtores em questão.

Na Itália, atualmente, mais de 200 Fortalezas protegem uma ampla gama de produtos, desde as raças autóctones de gado, até os pães e as conservas tradicionais de cada região da península. A lista das Fortalezas internacionais também inclui um número crescente de produtos (184 produtos). A tipologia dos produtos alimentícios que podem ser declarados e tutelados por um projeto Fortaleza incluem raças e variedades autóctones (animais e vegetais, domesticadas ou silvestres), produtos frescos e *in natura*, assim como receitas e alimentos processados ou conservados segundo métodos artesanais (produtos confeitados e pães, embutidos, queijos, conservas de frutas, hortaliças, carne, peixe etc.).

De acordo com os princípios do movimento, o projeto das Fortalezas visa beneficiar os produtores de alimentos em pequena escala – os quais enfrentam problemas diferentes, porém parecidos no mundo todo – para que continuem produzindo alimentos de qualidade, saudáveis e de forma ambientalmente atenta e socialmente equitativa.

O Brasil, hoje em dia, representa o principal interlocutor do Slow Food na América Latina. O movimento atua no país desde o começo da década de 2000, graças à iniciativa autônoma de alguns pioneiros espalhados pelo território nacional e, sobretudo, por meio de um acordo de parceria oficialmente estipulado entre o movimento Slow Food e o Ministério do Desenvolvimento Agrário do Brasil, em 2004. Atualmente, no Brasil, o movimento Slow Food conta com a presença de numerosos grupos de sócios, particularmente ativos nas cidades do Rio de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Florianópolis e Brasília, com iniciativas de educação alimentar, publicações, valorização dos produtos locais e das produções agrícolas

familiares, com o envolvimento de chefes de restaurantes etc. Onze universidades públicas fazem parte da rede Slow Food e os produtos brasileiros declarados Fortalezas, a partir de 2004, foram dez. Desses, continuam ativos oito projetos: Fortalezas da Castanha de Baru, do Arroz Vermelho, do Guaraná Nativo Sateré-Mawé, do Licuri, do Néctar de Abelhas Nativas, do Palmito Juçara, do Umbu e do Pinhão da Serra Catarinense.

O Brasil é o primeiro país da América latina a possuir a sua própria associação nacional, fundada em 2014. Desse modo, o Slow Food Brasil, com a sua diretoria, os seus órgãos, representantes e projetos, se constituiu como entidade separada e autônoma dentro da estrutura internacional do movimento.

As vicissitudes históricas e econômicas mais recentemente vividas pela Itália e pelo Brasil constituem duas polaridades quase opostas: de um lado, a crise econômica, o clima de recessão e, ao mesmo tempo, o repensar dos modelos socioeconômicos e a difusão do lema do decrescimento; do outro lado, um país definido como emergente, em pleno e rápido desenvolvimento, caracterizado por mudanças socioeconômicas importantes¹. Da mesma forma, as especificidades nas estruturas de produção, consumo alimentar e mercado, assim como as tradições relativas à cultura enogastronômica e à valorização dos produtos alimentares típicos, nos dois países, parecem ser bastante diferentes. Disso surgem várias questões.

As ações e os princípios a partir dos quais o Slow Food surgiu, na Itália, e que hoje o movimento prega são adequados para contextos análogos ao do Brasil moderno?

Por um lado, somos levados a questionar a efetiva validade da expansão deste tipo de experiências para fora do *background* originário – um *background* tão especificadamente conotado. A extensão dos princípios e projetos Slow Food para o Brasil poderia representar apenas uma ação de transposição do tipo exportação-importação de modelos e mensagens elaborados em e para outros contextos, que mal se encaixam na situação brasileira, sem alcançar os resultados esperados. Por outro lado, no Brasil, ao longo da última década, o movimento teve e continua tendo uma difusão considerável. Como isso se explica? Quais formas ele tem tomado e para o que está contribuindo? Surgiram “vias brasileiras” para a realização dos princípios Slow Food capazes de validar a sua pretensão de universalidade? O presente trabalho indaga e reconstrói a história do surgimento e da difusão do movimento Slow Food na Itália e de sua propagação e atuação no Brasil, a partir dos marcos históricos salientes e das principais características dos contextos socioculturais.

¹ O projeto e a pesquisa que levaram à produção deste texto, assim como a sua redação, ocorreram e se concluíram entre final de 2013 e junho de 2015, antes de o Brasil entrar naquela que é considerada sua crise econômica atual – iniciada, justamente, em meados de 2015.

Na primeira parte do texto percorremos a história do Slow Food e, mais especificamente, a história do Slow Food no Brasil, através de etapas e figuras chave; interpretamos possíveis razões do sucesso mundial do Slow Food no panorama socioeconômico contemporâneo, através de uma análise da filosofia do movimento e do clima cultural da época; apresentamos o estado atual do movimento nos dois países (Itália e Brasil), as perspectivas, os projetos futuros; delineamos, finalmente, um quadro das relações atuais entre a sede central do movimento e o lado brasileiro.

No que diz respeito às fontes utilizadas para a reconstrução da história e filosofia do Slow Food e do Slow Food no Brasil, além das publicações oficiais da associação (sites, periódicos, manuais, balanços sociais anuais, atas de congressos etc.), existem algumas fontes escritas imprescindíveis: os livros escritos pelo fundador Carlo Petrini ao longo da última década (2005, 2013; PETRINI e PADOVANI, 2005) – um deles traduzido para o português e publicado no Brasil (2009) – e o livro *The Slow Food Story. Politics and Pleasure*, do jornalista Geoff Andrews, publicado em 2008. Estes textos oferecem informações detalhadas sobre o surgimento do movimento na Itália, os pilares de sua filosofia e sobre alguns dos momentos e projetos salientes relativos à história do Slow Food na Itália e sobre sua difusão pelo mundo. A história da difusão do movimento no Brasil, nesses textos, é apenas mencionada e tratada de forma extremamente sintética. Entretanto, por serem resumos abrangentes e relativamente bem detalhadas das origens do Slow Food e de sua configuração atual como movimento internacional, estes textos representam pontos de partida válidos para orientar a pesquisa histórica. Contudo, devido a sua abrangência cronológica e geográfica – e por se tratar não de trabalhos acadêmicos, mas, essencialmente, de relatos históricos para divulgação –, os textos não oferecem informações exaustivas sobre as especificidades da história do Slow Food no Brasil. Sobre isso existem apenas algumas informações históricas básicas relatadas pelo site oficial do Slow Food Brasil, as quais são repetidas sem adendos significativos por poucas matérias publicadas em jornais *on-line* brasileiros ao longo da última década.

Devido à falta de fontes escritas, portanto, para reconstruir aprofundadamente a história da chegada e evolução do movimento no Brasil, nos servimos de entrevistas com atores-chave, com as pessoas que protagonizaram acontecimentos passados e mais recentes. Entrevistamos os membros apicais do movimento, tanto no que diz respeito aos contextos internacional e italiano, assim como brasileiro. Entrevistamos membros dos órgãos da diretoria central do movimento (Slow Food Internacional e Fundação Slow Food para a Biodiversidade) e os responsáveis por setores e âmbitos-chave (como a coordenadora do Projeto Fortalezas na Itália e a responsável Slow Food para a América Latina). Entrevistamos os responsáveis pelos

principais órgãos institucionais brasileiros encarregados de iniciar e acompanhar, ao longo dos últimos dez anos, os projetos de Slow Food no Brasil (Ministério do Desenvolvimento Agrário e o então Ministério Extraordinário de Segurança Alimentar e Combate à Fome, com suas secretarias). Entrevistamos, ainda, os coordenadores, os sócios e os produtores protagonistas de alguns dos projetos Slow Food realizados no Brasil, assim como algumas das lideranças dos grupos locais de sócios ativos no território brasileiro.

Assim sendo, as fontes históricas escritas, que, no caso da história do crescimento do movimento na Itália, são bem mais numerosas e ricas, foram as fontes privilegiadas para a reconstrução da história do Slow Food em seu contexto nacional de origem. Para o caso brasileiro, elas foram integradas e, de alguma forma, supridas pelas procura e consulta capilares de fontes orais primárias, graças às quais obtivemos uma grande quantidade de informações inéditas.

Além disso, as fontes orais diretas e, mais especificadamente, as entrevistas com produtores, agricultores e participantes de projetos do Slow Food, além de servirem para a reconstrução histórica da chegada e evolução do movimento no Brasil, na primeira parte do nosso texto, foram o instrumento primário para o levantamento de dados e material relativos aos estudos de caso, tanto italianos como brasileiros, analisados nos capítulos que compõem a segunda seção.

A descrição detalhada das características e da história gerais do projeto Fortalezas representa o ponto de transição da primeira para a segunda parte de nosso trabalho. A segunda seção, separada da primeira de uma forma que poderá parecer dicotômica – por objeto, abordagem e desdobramentos – constitui nossa forma de conectar os aspectos teóricos do movimento (sua filosofia) ao território real.

O estudo da atuação palpável, dada por meio de projetos localizados, dentro de pequenas experiências de valorização de produtos e produtores locais, nos fornece um ponto de observação privilegiado, tanto para constatar *in situ* o decurso de projetos e ações ligadas ao Slow Food, assim como para observar de perto a formação de atores, redes e processos no âmbito de pequenos projetos de desenvolvimento comunitário (a partir do papel do Slow Food e independentemente dele).

Consideramos os projetos Fortaleza, em si, como verdadeiros laboratórios de desenvolvimento local (capítulo 3). Perguntamo-nos, durante a pesquisa, quais foram, afinal, as principais contribuições do Slow Food para a afirmação de experiências ecológica, econômica e socialmente sustentáveis, na Itália e no Brasil. Além disso, questionamos sobre quais são os fatores sociais e culturais, por um lado, e estruturais e infraestruturais, pelo outro, que intervêm e contribuem, no caso de experiências bem sucedidas. Para poder responder,

integramos algumas breves considerações teóricas preliminares sobre os movimentos sociais, transitando destas para o estudo circunstanciado de dinâmicas e substratos reais.

As chaves adotadas para entender e descrever são, basicamente, os conceitos hoje utilizados no estudo do desenvolvimento territorial por diversas especialidades. Entre eles, capital social (em todas as variadas acepções em que a sociologia e a antropologia o declinaram), rede, *actor network theory* e *networking*, *milieu innovateur* (ambiente inovador) e ciclo de tradução são os mais importantes. O referencial teórico fundamental inclui autores e obras de vários campos do saber: R. D. Putnam (1993), E.C. Banfield (1958), J. S. Coleman (1990), S. Boisier (1999), L. Becchetti (2005, 2008, 2012), M. Diani (2003), M. Callon (1986), M. Akrich e B. Latour (AKRICH et al., 2006; LATOUR, 1998;), J. Law (1992); R. Camagni (1991), R. Capello e D. Maillat (CAMAGNI e CAPELLO 2002; CAMAGNI e MAILLAT 2006), V. Peyrache-Gadeau (2004), L. Kebir (2006), G. Brunori (2006a, 2006b) e G. Belletti (BELLETTI et al., 2006).

Por isso, além dos atores sociais, tornou-se indispensável fornecer um quadro geral acerca dos mais influentes entre os assim chamados “macro-atores”, ou seja, apresentar alguns dos fatores de natureza institucional, econômica, legal e cultural de caráter amplo que delineiam algumas das características salientes dos dois âmbitos nacionais. Entre eles, consideramos: a tradição cultural ligada à gastronomia; os marcos legais relativos à tutela e valorização de produtos alimentícios “típicos” (sistemas de denominação de origem) e aos bens da cultura material e imaterial relacionados; e linhas gerais dos sistemas produtivos e distributivos agroalimentares italianos e brasileiros. Além disso, coube destacar circunstâncias políticas e programas públicos específicos que tiveram um papel significativo, especialmente no caso do Brasil. Entre os macro-atores, um em particular emerge de forma problemática e guia a reflexão até o fim: a mentalidade.

O capítulo 4 contém a apresentação de 8 estudos de casos relativos a projetos Fortalezas, realizados na Itália e no Brasil. Alguns deles ainda são ativos, outros faliram ou deixaram de ser considerados pelo movimento. Alguns representam experiências de sucesso, outros mostram aspectos críticos. Os projetos Fortalezas estudados são:

- Fortaleza do Umbu (Brasil, região Nordeste);
- Fortaleza do Pinhão da Serra Catarinense (Brasil, região Sul);
- Fortaleza da Castanha de Baru (Brasil, região Centro-Oeste);
- ex-Fortaleza do Aratu (Brasil, região Nordeste);

- Fortaleza do Pan di Sorc (Itália, região Norte);
- Fortaleza do Fagiolo Rosso di Lucca (Itália, região Centro-Norte);

- Fortalezas da Lenticchia di Santo Stefano di Sessanio, Fortaleza do Canestrato di Castel del Monte e ex-Fortaleza do Pecorino di Farindola (Itália, região Centro-Sul);
- Fortalezas dos Antichi Pomodori di Napoli, Fortaleza da Papacella, Fortaleza do Fagiolo Dente di Morto (Itália, região Sul).

A pesquisa de campo foi realizada entre janeiro e abril de 2014 (no Brasil) e entre abril e novembro de 2014 (na Itália), por meio de estadas prolongadas, de duração variável, junto aos grupos de produtores de cada projeto Fortaleza, no local de produção.

Os estudos de casos foram escolhidos com base em vários critérios (tipologia de produto, órgãos e entidades envolvidas no projeto, êxito) e no critério de representatividade geográfica por regiões. Emergindo das páginas do diário de campo, contexto, histórias, protagonistas, imagens, desdobramentos e decorrências são captados e restituídos dentro de descrições densas (GEERTZ, 1973), privilegiando os aspectos qualitativos e os dados úteis para acompanhar, passo a passo, a construção de cada projeto. Visitas, entrevistas semiestruturadas e abertas, coleta de histórias de vida, observação participante e direta são as ferramentas principais. O material empírico apresentado neste trabalho foi produzido pela gravação integral de todas as entrevistas realizadas em campo, durante os estudos de caso brasileiros e italianos, e pela tradução das entrevistas em italiano para o português. Alguns trechos das entrevistas foram selecionados e inseridos no texto. A escolha foi feita com base em dois critérios principais: (1) precisão do relato e preciosidade do dado histórico; (2) presença de reflexões, indícios, tópicos e interpretações úteis a ilustrar nosso percurso interpretativo.

Intervimos nos trechos de entrevistas transcritos nesse texto apenas por meio de pequenas notas esclarecedoras, da tradução para o português – no caso das entrevistas em italiano – e normalizando eventuais incorreções gramaticais significativas. Sempre optamos por respeitar o tom e as peculiaridades das falas de nossos interlocutores, tanto em italiano como em português, deixando que na escrita transparecesse a expressividade das formas orais.

A perspectiva dos relatos de campo é diacrônica (reconstrução da história e evolução dos projetos). A avaliação, predominantemente qualitativa, envolve aspectos sociais, econômicos e ambientais. Uma atenção particular, no final da apresentação de cada estudo de caso, é dedicada à descrição narrativa da configuração e das características das redes tecidas pelos atores sociais.

A interrogação que move a pesquisa diz respeito à natureza dos diferentes atores-chave, das relações, dos recursos e dos capitais (naturais, humanos, sociais, culturais, simbólicos etc.) que as iniciativas de valorização, cada uma delas encarnada por diferentes entidades e todas envolvendo o Slow Food, conseguem – ou não – acessar, envolver, mobilizar ou ativar. As modalidades e os canais pelos quais isso é feito também constituem objeto de estudo. A abordagem às dinâmicas de redes se diferencia consideravelmente da prática clássica do mapeamento e da análise quantitativa de redes, tratando-se, no nosso caso, de uma descrição qualitativa dos “nós” e das relações que as compõem. Contudo, tal descrição representa apenas o ponto de partida, o qual exige ser aprofundado e superado.

Os resultados enfatizam a importância dos elementos contextuais prévios à entrada do Slow Food, os quais prevalecem sobre a eficácia deste último como agente de desenvolvimento determinante. Por outro lado, dependendo das condições do meio de atuação, o Slow Food representa um excelente instrumento, ou canal, a ser aproveitado, em termos de visibilidade e redes, capaz de amplificar os benefícios de ciclos virtuosos, ativados em e por contextos socioculturais virtuosos, onde a cultura e a prática da cooperação cívica sustentam iniciativas, ações e processos locais em vista da socialização de benefícios materiais e imateriais, incrementando e fortalecendo, por sua vez, o repositório de capital social local.

A tal propósito, uma questão de fundo orientou a escolha dos estudos de casos, a busca e a interpretação das variáveis. Existem diferenças substanciais entre modalidades de implantação e evolução dos projetos em âmbito italiano e brasileiro? E entre as sub-regiões (norte, centro, sul) italianas e brasileiras? Como estas diferenças influem no êxito final de projetos e iniciativas, em seu enraizamento e durabilidade?

As hipóteses das quais partimos se apoiam em alguns pontos firmes.

Em primeiro lugar, existem fatores que influem nas cotas e formas de capital social, ou territorial disponível (a participação coletiva, o envolvimento de atores e instituições, o exercício da cidadania, a propensão ao associativismo e ao cooperativismo, a capacitação para a autogestão do bem coletivo, a identificação com a comunidade, entre outros). Estes são indispensáveis para e nos processos de valorização de recursos locais. Portanto, diferentes graus de disponibilidade de capitais, além de produzir redes de ação contextualmente determinadas e diferenciadas, favorecem ou dificultam a realização, o desempenho, o êxito, a ativação de ciclos virtuosos duráveis ou o fracasso de iniciativas e projetos. Os fatores mencionados são definidos pela interação entre as determinantes histórico-culturais e as determinantes de tipo institucional. Devido a isso, previu-se a configuração específica da interação entre território (atores locais, comunidades, produtores etc.) e agentes/promotores

de desenvolvimento, tendo como base a localização geográfica do estudo de caso. Mais exatamente, devido a questões históricas e a algumas peculiaridades socioeconômicas dos contextos considerados, previmos: modelos verticais e centralizados, no caso do Brasil – em particular, do Nordeste brasileiro – e no caso do Sul da Itália; já nos casos das regiões Norte e Centro-Norte italianas e do Sul do Brasil esperamos modelos de horizontalidade difusa, com altos níveis de cooperativismo, de cultura e participação cívicas. Essas hipóteses iniciais foram confirmadas e, ao mesmo tempo, parcialmente refutadas. A explicitação da reflexão que levou a este duplo resultado constitui um dos núcleos argumentativos mais importantes do trabalho.

Para além da temática inicial (história e motivos da difusão do movimento), o capítulo 5 é uma imersão interpretativa rumo às origens dos elementos que o estudo de campo foi trazendo à superfície. O estudo dos processos de valorização dos recursos locais, realizados por meio de propostas para o desenvolvimento comunitário, se depara com fatores de importância capital. Eles dizem respeito à matriz cultural, histórica e institucional dos modos de sentir, interpretar e moldar o mundo. Portanto, eles dizem respeito às atitudes e aos processos que estão por trás de vários fenômenos sociais, como, por exemplo, a gestão do bem comum, a propensão para determinados comportamentos econômicos e, na base de tudo, a atuação social “empoderada”, fundada no espírito cívico.

Guiados pela reflexão de alguns autores centrais sobre ambiente inovador, cultura do desenvolvimento, capital social e civismo (PUTNAM, 1993; BANFIELD, 1958; COLEMAN, 1990; OSTROM, 1990, 1994, 2006; ZAOUAL, 2006; BOISIER, 1999; BECCHETTI, 2012; CALAFATI, 2002; CAMAGNI e CAPELLO, 2002), identificamos, na vastidão do material e dos dados coletados, alguns fios condutores, isto é, pistas e variantes dos mesmos elementos recorrentes em todos os casos. Estes, desde a primeira etapa interpretativa, constituíram nossas trilhas. A partir delas, distinguimos e moldamos um descritor principal, a *agency* ou “agentividade” histórica², que nos permitiu avançar dissecando componentes cada vez mais profundos e, por assim dizer, elementares, até as origens da comunidade cívica.

Assim como o texto inteiro, as conclusões também têm uma estrutura bipartida. Quanto ao primeiro tema, alguns aspectos salientes conotam a jornada do movimento Slow

² O conceito de *agency*, copiosamente analisado, utilizado e definido por autores tais quais Anthony Giddens, Pierre Bourdieu, Marshall Sahlins e Sherry Ortner, entre os principais, diz respeito ao papel a ser reconhecido às potencialidades da ação humana: como as ações das pessoas exercem sua influência sobre as estruturas sociais e políticas “superiores”, sendo, ao mesmo tempo, influenciadas por elas? O neologismo “agentividade”, reproduzindo o anglo-saxão *agency*, na acepção que adotamos neste trabalho e em combinação com o adjetivo “histórica” está inspirado no pensamento de Touraine (1981, 1987, 1988). Ele indica atores, contextos e performances caracterizados por presença ou ausência de um sentimento individual e, ao mesmo tempo, coletivo específico: a percepção de ser e estar capacitados, de sentir-se em condição de saber e poder agir sobre a própria história de forma eficaz. A agentividade histórica é a condição de sujeitos ativos e empoderados, enquanto seres humanos e atores de um conjunto social.

Food no Brasil. Devido às mudanças e a fenômenos peculiares ocorrendo na sociedade brasileira, a adesão à filosofia e à proposta do movimento e o seu enraizamento encontram uma razão de ser. A estruturação vertical e institucional define aquela a que, afinal e por enquanto, pode ser identificada como a forma mais autóctone da expressão do movimento no Brasil. Entretanto, tal estruturação vertical e formalizada colide com certo caráter “líquido” e espontâneo que, desde sempre e por sua própria natureza, conota o movimento em si, contrastando a efervescência das bases de sócios e ativistas brasileiros e gerando alguns problemas em relação ao andamento, no longo prazo, dos projetos.

Quanto ao segundo bloco temático (os estudos de casos dos projetos Fortalezas), a comparação entre nações e entre regiões dentro do mesmo contexto nacional, ou seja, a comparação em nível macro, foi significativa, principalmente no que diz respeito à análise dos processos históricos e dos aspectos econômicos, produtivos, legais, de mercado e de consumo de grande porte (definição dos macro-atores nacionais). Mais do que isso, a atenção para a dimensão micro e a riqueza do material coletado em campo foram essenciais para compreender os ingredientes que tornam um local fértil, no caso de projetos exitosos, ou, pelo contrário, os elementos desfavoráveis. Por isso, a comparação transnacional e entre projetos foi mais significativa do que o confronto entre países e entre blocos regionais. O valor das exceções se revelou mais fecundo, em termos heurísticos, do que a confirmação da hipótese inicial.

No que diz respeito à avaliação final do desempenho dos projetos estudados, chegamos a elaborar quatro tipologias, fundadas na distinção entre a predominância de “redes socialmente envolventes” ou da “empresa emergente” (ambiente inovador *versus* micro-ambiente inovador).

Além disso, duas questões centrais foram abordadas. A primeira tem a ver com a natureza específica do elemento que, segundo nossa visão, é o componente de base de terrenos propícios ou desfavoráveis para experiências de desenvolvimento local de sucesso. A natureza das relações que denotam, por um lado, as comunidades cívicas, dotadas de cultura para o desenvolvimento, e as que denotam situações desprovidas de senso cívico, de participação política e cidadania ativa é a mesma. O que muda é a orientação. O objetivo final e a forma de entender e utilizar os instrumentos disponíveis determinam a diferença. O repositório de capital social primordial, do qual emanam os demais capitais (territorial, sinérgico, social, relacional etc.) e que sustenta a vida de uma comunidade cívica virtuosa e cooperativa é representado por relações do mesmo tipo das que erodem, desde a base, a confiança e a reciprocidade necessárias para a instauração da própria comunidade cívica. Por

isso, por exemplo, o trabalho realizado pelos agentes ligados às Pastorais Sociais e Comunidades Eclesiais de Base, no Brasil, parece ter jogado um papel decisivo.

A segunda questão é de tipo gnosiológico e diz respeito ao debate sobre a relação de causalidade entre fatores institucionais e legado cultural. Na disputa entre institucionalismo e culturalismo, o fulcro do dilema é estabelecer se o fator institucional, em última instância, determina comportamento e desempenho socialmente profícuos, bom êxito ou fracasso de projetos sociais, por exemplo; ou se os fatores histórico-culturais são determinantes para isso, acima dos primeiros.

Afirmar que o legado cultural constitui a variável independente, ou, pelo contrário, que o desenvolvimento econômico e as estruturas institucionais representam o fator determinante é algo que depende da escala temporal desde a qual o observador se coloca para olhar o processo histórico de mudança. Este é, substancialmente, nosso entendimento. Não há uma relação de causa-efeito, mas sim um processo dialético de reciprocidade. Ambos os componentes interagem, segundo processos de influência mútua, mas segundo temporalidades diferentes. Assim como a inércia de determinados modelos culturais obsta projetos e agentes de desenvolvimento, a consolidação de uma base cultural favorável representa um terreno sólido para a afirmação de formas e ciclos virtuosos para a vida em comum.

Os termos da antinomia tradição-modernidade, utilizada nas ciências sociais como chave de leitura da realidade econômica, social, política e cultural, longe de serem sempre contraditórios, muitas vezes se combinam de maneira complementar. Os elementos tradicionais não necessariamente são vestígio do passado e sinais de atraso. Família, grupos religiosos, consorciações agrícolas e de vizinhos, entre outras, são formas primordiais de sociabilidade e associativismo. Mesmo na sociedade contemporânea, constituem os mais ricos repositórios primários de capital social.

1 SLOW FOOD: O MOVIMENTO

1.1 ESTUDAR UM MOVIMENTO, ESTUDAR AS REDES

Começar por um objeto de estudo como o Slow Food significa, primeiramente, deparar-se com uma vasta literatura sobre a análise sociocultural de redes e movimentos sociais e, sobretudo, implica a necessidade de destacar os teóricos e os conceitos mais relevantes e úteis a nosso intuito. Para isso, iniciamos pelas sínteses propostas por Escobar (1992) e Koensler (2012).

Escobar define os movimentos sociais como tentativas, produzidas pela crise da modernidade ocorrida nas décadas de 1970 e 1980, de enfrentar as novas ordens sociais, encarnando conceitos de política e vida social inéditos. Na América Latina, em particular, a modernidade se caracteriza por uma crise dupla, de paradigma e econômica, devida ao repensar das ideias de desenvolvimento e de revolução sociopolítica. O autor identifica três protagonistas da reflexão sobre movimentos sociais: Alain Touraine, Alberto Melucci e a dupla composta por Ernesto Laclau e Chantal Mouffe. De capital importância na obra de Touraine (1981, 1987, 1988) é a conexão entre autorreflexão, projetualidade cultural, ativação e ação (*agency*) histórica: as sociedades pós-industriais, pela primeira vez, tornam-se resultados de um articulado conjunto de ações que a sociedade performa sobre si mesma. O objetivo dessas ações é controlar a própria historicidade, ou seja, o conjunto de padrões culturais que governam as práticas sociais e que residem em modelos cognitivos, econômicos e éticos. A própria historicidade da sociedade – o projeto cultural que ela tem sobre e para si mesma – passa a ser reconhecida como o que está em jogo. Particularmente interessante é a crítica que Escobar faz de Touraine no que diz respeito à condição dos países do Terceiro Mundo: ao questionar a afirmação de Touraine, segundo a qual os países subdesenvolvidos e em desenvolvimento ainda não teriam alcançado o grau de apropriação da historicidade e de autoprodução dos países pós-industriais. Escobar sugere a existência de formas de consciência e de resistência autóctones, diferentes das desenvolvidas pelas culturas do Primeiro Mundo.

Percepção e produção da historicidade de uma sociedade derivam do *background* de significados culturais que lhe são próprios, segundo dinâmicas que incluem as interações tradição-modernidade e dominação-resistência. Isso, afirma Escobar, se traduz em cultura política.

A principal contribuição identificada por Escobar na obra de Laclau e Mouffe (1985; MOUFFE, 1984, 1988; LACLAU, 1985, 1988) é sintetizada na reflexão sobre o inevitável *caráter discursivo* de toda prática social: dentro do espaço dos movimentos sociais, ao articularem os significados, os agentes sociais têm a possibilidade de construir identidades coletivas (geralmente opostas às práticas e aos discursos hegemônicos, que pretendem impor interpretações do real uniformizantes, massificadas, *commoditizadas* e burocratizadas). Em termos políticos, portanto, na visão dos dois autores, é interessante entender os processos por meio dos quais atores e movimentos sociais articulam para si uma posição e uma identidade em relação aos mais profundos e cotidianos domínios da vida social (até as escolhas relativas ao consumo alimentar, poderíamos afirmar).

De particular interesse para a construção de nosso referencial teórico é o pensamento do sociólogo italiano Alberto Melucci, icasticamente sintetizado por Escobar (MELUCCI, 1980, 1984, 1985, 1988a, 1988b, 1989). É central, para a compreensão dos movimentos sociais, entender sua função simbólica e profética: eles são *new media*, que anunciam à sociedade a existência de algum problema fundamental, em uma determinada área. A partir dessa denúncia, a ação coletiva adquire a forma de redes submersas na vida cotidiana. Dentro dessas redes, as pessoas experimentam e praticam molduras alternativas de significados (inovação cultural), como consequência do envolvimento pessoal. O movimento emerge apenas em áreas limitadas e durante épocas específicas, em forma de momentos de mobilização.

Olhando para a história do movimento Slow Food, é exatamente dessa constatação que deriva nosso interesse em investigar as condicionantes que determinam locais e tempos da emergência das ideias que sustentam essas redes e sua ação de mobilização.

A síntese proposta por Koensler (2012) baseia-se na divisão dos estudos sobre movimentos sociais segundo duas linhas principais:

1. as teorias da mobilização de recursos;
2. as teorias dos novos movimentos sociais, elaboradas por Habermas, Touraine e Melucci.

O autor critica o primeiro grupo a partir da constatação de que não existe correlação automática entre sofrimento/injustiça/necessidade e mobilização dos recursos por parte de movimentos: segundo Koensler, estas teorias salientam a capacidade de os movimentos mobilizarem recursos com base em cálculos do tipo custo-benefício, subestimando os aspectos de adesão e ação ligados às dinâmicas de pertencimento e afirmação identitárias e de valores.

Já os autores do segundo grupo enfatizam os processos transformativos relacionados à constituição de formas de pertencimento coletivas: os aderentes a um movimento se afastam das representações de si que as formas hegemônicas da vida social impõem e tentam se propor como sujeitos livres e responsáveis.

A proposta de autores como Diani e McAdam (MCADAM et al., 1996; DIANI e MCADAM, 2003) é, na opinião de Koensler, uma tentativa de síntese entre as duas linhas teóricas. Por meio do paradigma do *cultural framework*, eles dedicam atenção aos fatores culturais (valores, credos, sentimentos, discursos identitários etc.), agregando uma abordagem atenta ao processo de mobilização dos recursos (que, portanto, passarão a ser entendidos como recursos não apenas econômico-materiais, mas econômicos e simbólico-culturais).

Com base nessas reflexões, ao definir nosso referencial teórico e hermenêutico para estudar um movimento, achamos especialmente profícuo começar dialogando com o pensamento de Melucci e incorporar o conceito clássico de rede assim como proposto por Diani: uma rede é o conjunto de interações existentes entre nós, interligados por vínculos de relação. Podem ser considerados nós da rede: indivíduos, organizações, eventos, entes coletivos e elementos discursivos (semânticos). Eles estão interconectados por vínculos de relação e ação diretos, indiretos, singulares, múltiplos, públicos ou privados (DIANI, 2003).

Devido a sua abrangência e clareza descritiva, essa imagem é a chave interpretativa mais adequada para abordar operativamente a complexidade de um movimento social e de seu operar concreto no território.

Entretanto, as trilhas analíticas mencionadas, assim como a maioria dos trabalhos de sociologia e de antropologia sobre redes dos movimentos sociais, permanecem essencialmente dentro das dinâmicas dos movimentos. São análises focadas no e circunscritas ao funcionamento do movimento social em si (objetivos, força, coesão, recrutamento, capacidade propositiva, de iniciativa etc.). No caso do Slow Food e de suas iniciativas, não se trata de um movimento voltado para ações demonstrativas, de protesto, de ativismo militante revolucionário ou reformista, mas sim de uma organização que atua por meio da difusão de seus princípios através de programas de educação, sensibilização, informação e através do apoio a pequenos e grandes projetos de produção e consumo “alternativos” e valorização das produções locais, todos estes concreta e localmente realizados.

Para conectar a história do movimento aos meios socioculturais pelos quais ele se difundiu, para atrelar a análise do movimento e de seus princípios aos contextos com os quais os projetos pretendem interagir e que querem modificar, é importante trabalhar com uma

abordagem teórica capaz de compreender a interação do movimento (iniciativas, proponentes, mensagem, objetivos, instrumentos, canais, relações etc.) com o território (recursos, tecido sociocultural, capitais disponíveis/potenciais, grau de participação cívica etc.).

Portanto, nosso percurso começa pela reconstrução histórica das origens e da difusão de Slow Food enquanto movimento social, prossegue através do esboço interpretativo dos motivos de seu sucesso, para, em seguida, passar a entender o Slow Food como promotor de projetos de valorização de produções alimentícias locais e de desenvolvimento das comunidades de produtores. Cada um dos passos, como veremos nos capítulos que seguem, faz referência a seu próprio corpus teórico.

1.2 ORIGENS DO MOVIMENTO SLOW FOOD

As origens históricas e ideológicas do movimento Slow Food remontam ao período de grande efervescência política e cultural que caracterizou a Itália, a Europa, assim como outras regiões do mundo, a partir do final da década de 1960 e durante a década de 1970. Após os acontecimentos do Maio de 68, em Paris, e do Outono Quente de 1969, movimentos de estudantes e operários, jovens e intelectuais de esquerda deram início a ações de protesto político e social que visavam achar caminhos alternativos aos dos partidos políticos constituídos, criando estruturas de base, associações, organizações e formas de ação mais autônomas e diretas (ANDREWS, 2008; REVELLI, 1995; SALARIS e ECHAURREN, 1999).

Na Itália, em particular, a década de 1970 representou o cume da proliferação de movimentos e grupos militantes – vários deles ativos por meio da luta armada – da assim chamada *sinistra extraparlamentare* (esquerda extraparlamentar). Entre os principais, havia o *Partito Comunista Internazionalista*, *Gruppi Comunisti Rivoluzionari*, *Lotta Comunista*, *Partito Comunista d'Italia* (marxista-leninista), *Avanguardia Operaia*, *Movimento Studentesco*, *Unione dei Comunisti Italiani*, *Potere Operaio*, *Lotta Continua*, *Manifesto*, *Movimento Politico dei Lavoratori*, *Partito di Unità Proletaria*, *Autonomia Operaia*, *Cristiani per il Socialismo*, *Partito di Unità Proletaria per il Comunismo*, *Movimento Lavoratori per il Socialismo*, *Democrazia Proletaria* (GALLI, 2007; LAZAR e MATARD-BONUCCI, 2010).

Foi justamente das iniciativas e ideias de três amigos, de três carismáticos jovens ativistas de esquerda, que brotaram as raízes daquele que, futuramente, se tornará o movimento Slow Food. Eles eram Carlo Petrini, Azio Citi e Giovanni Ravnale, os três nativos de Bra, uma vila da região do Piemonte (norte da Itália), famosa pela produção de vinhos (Barolo,

Barbera e Dolcetto, entre os mais notórios) e do precioso *tartufo bianco* (trufa branca). Inicialmente próximos ao PCI (*Partito Comunista Italiano*, na época o maior partido comunista da Europa ocidental), Petrini, Ravinale e Citi se afastaram dele, passando a simpatizar com o grupo *Manifesto* (também dissidente do PCI e fundador do jornal homônimo, ainda existente). Sucessivamente, os três migraram para as fileiras do PDUP (*Partito di Unità Proletaria*), que recolhia os marxistas extraparlamentares decepcionados com a conduta do PCI, então empenhado na composição do celebre *compromesso storico*, um arranjo político de conciliação com o partido da *Democrazia Cristiana*, há décadas força incontestada no governo do país (ANDREWS, 2008).

Inspirados por ideais comuns, nos anos setenta, Petrini, Ravinale e Citi começaram a se dedicar a iniciativas sociais e cívicas de cunho popular. Algumas delas foram experimentos de duração limitada, enquanto outras, graças às ideias que as animavam, ao longo do tempo se desenvolveram e tomaram as formas de realidades ativas ainda hoje. Em 1974, os três fundaram o periódico de esquerda “In campo rosso”. Em 1975, deram vida à estação *Radio Bra Ombre Rosse*, a primeira estação de rádio independente na Itália, protagonista de um caso famoso na turbulenta vida política italiana da época: um mês após a sua primeira transmissão, a emissora foi fechada pela polícia, os seus aparelhos foram confiscados. Da campanha pela sua reabertura participaram ativamente personagens famosos no panorama cultural e intelectual, como o prêmio Nobel, Dario Fo, e o ganhador do Oscar, Roberto Benigni (ANDREWS, 2008).

Petrini, Ravinale e Citi operavam ativamente na região, realizando iniciativas destinadas às classes proletária e camponesa, como a abertura da *Cooperativa Libreria La Torre* e do *Spaccio di Unità Popolare*, uma pequena revenda de produtos alimentares locais, ambos fundados em 1975, em Alba, uma cidade próxima de Bra. Ainda em 1975, Carlo Petrini foi eleito vereador (*consigliere comunale*) na prefeitura de Bra. Isso deu maior visibilidade ao grupo e as suas ações. A política de Petrini e de seus companheiros demonstrou-se solidamente ligada a modelos de expressão cultural da identidade regional: em 1979, eles organizaram o primeiro festival internacional de tradições populares piemontesas, *Canté i'euve*³, que contou com músicos da Rússia, Suécia, Irlanda, Grã-Bretanha e França, e financiamento do órgão administrativo público regional (PETRINI, 2005; ANDREWS, 2008).

³ Do dialeto piemontês, literalmente “cantar os ovos”: é o nome de uma forma de pedido de esmola ritual que ocorre em forma cantada, à noite. É típica do folclore e do calendário de muitas regiões do norte o do centro da Itália: um grupo de camponeses, à noite, vaga de casa em casa, tocando e cantando uma fórmula

Em seguida, eles participaram e foram fundadores de várias associações de natureza político-cultural, todas elas ligadas a ambientes da esquerda italiana e voltadas para a preservação e promoção das tradições camponesas, da gastronomia e da produção vinícola locais (entre as associações, *Arci Langhe*, *Libera* e *Emerita Associazione Amici Del Barolo*, fundadas em 1981, e *Arcigola*, em 1986). Os três trabalharam para a realização de manifestações culturais geridas autônoma e coletivamente, que permitiram ampliar cada vez mais a rede de trocas com grupos e movimentos afins de outras regiões da Itália, especialmente da Toscana e de Roma (PETRINI, 2005; PETRINI e PADOVANI, 2005; ANDREWS, 2008).

Na visão de Petrini e de seus amigos, a célebre frase “o privado é político”, dominante nos debates das décadas de 1960 e 1970, conectava temas como a liberdade, o interesse pelas artes, o uso do tempo livre, o direito de todos – não apenas das classes burguesas – à cultura, aos prazeres e a uma boa qualidade de vida. Justamente a qualidade de vida, incluindo o acesso a alimentos de qualidade e a sua valorização, ia se tornando uma questão de democracia, portanto uma questão de natureza e abrangência políticas.

Naqueles anos, era comum, entre os movimentos de esquerda, que o compromisso e o ativismo político se dessem por meio da criação de associações gastronômicas regionais e populares: os militantes abriam *case del popolo* (casas do povo, cf. nota 76 cap. 4), *hosterie* e *trattorie* (cantinas) tradicionais, ou seja, lugares destinados ao lazer das classes populares, dos trabalhadores da terra e das indústrias⁴ (ANDREWS, 2008).

Sem dúvida, essas experiências, junto com a eleição, em 1986, de Carlo Petrini para a presidência da federação cultural e recreativa de esquerda Arci Gola (que mais tarde passou a se chamar Arcigola), e as atividades e a fama alcançada na divulgação das tradições e excelências gastronômicas italianas, contribuíram decisivamente para a elaboração do que viria a ser o Slow Food e para a sua forma organizacional (PETRINI, 2005; PETRINI e PADOVANI, 2005). Na época, os principais parceiros envolvidos na atividade de promoção realizada pela equipe de Petrini e Arcigola eram os produtores italianos de vinho.

No ano de 1986, um evento que sacudiu o mundo da produção vinícola do país, em especial na região do Piemonte, marcou um passo importante na definição do que viriam a ser o Slow Food e a sua filosofia. Na região vinícola piemontesa chamada Langhe, 19 pessoas faleceram por ter consumido vinho contaminado, proveniente do estoque produzido por uma

tradicional para pedir aos vizinhos ovos ou outro tipo de comida e para, desta forma, passar um tempo em companhia.

⁴ No âmbito do movimento das *trattorias*, em 1984, foi fundada em Bra, a *Osteria Boccondivino*, no local onde, mais tarde, seriam instalados os escritórios da sede principal do Slow Food (ANDREWS, 2008).

pequena fazenda. O vinho fora adulterado pela adição de metanol, com a intenção de aumentar artificialmente a sua gradação alcoólica. Embora a casa produtora não fosse famosa e seu mercado fosse localmente restrito, a tragédia teve eco internacional e teve influência desastrosa sobre a reputação e os mercados dos vinhos piemonteses, em primeiro lugar, e italianos, que na época ainda lutavam para ganhar notoriedade e competir com as produções francesas (PETRINI, 2013). Em um clima já difusamente caracterizado pelo medo de contaminações e poluição (naquele mesmo ano ocorreu o desastre nuclear de Chernobyl), a confiança dos consumidores e a confiabilidade dos produtos alimentares foram abaladas. O consumo de vinho diminuiu em 50%. Tornou-se indispensável, para o setor vinícola e alimentício, recuperar a reputação e a credibilidade junto aos consumidores (ANDREWS, 2008; PETRINI 2013). Para isso, entre produtores e promotores, começou a se falar na possibilidade de reconhecimento da qualidade do produto alimentar e, em especial, da oportunidade de demonstrar, certificar e comunicar a qualidade no mercado e entre os consumidores.

A década de 1980 vivia, no entanto, um enfraquecimento dos ideais e da vitalidade política e cultural que caracterizaram as duas décadas anteriores. Na Itália, fora alcançado e superado o ápice da fase de crescimento, do *boom* econômico e industrial do pós-guerra. Assim como fora superada toda a efervescência e a alta taxa de politização derivada de um maior e melhor acesso a bens de consumo, instrução e serviços para aqueles trabalhadores e estudantes que iriam formar a nova classe média. Iniciaram-se mudanças sociais e econômicas de tipo neoliberal, caracterizadas pela afirmação de fórmulas e valores mais individualistas, focados na afirmação e no sucesso profissional e financeiro do indivíduo ou do núcleo familiar, que podiam finalmente desfrutar de bens e de um bem-estar difuso, que as gerações precedentes não conheceram (ou lutaram para conquistar). A indústria do entretenimento e do lazer acompanhava essa evolução nos valores e modelos de consumo – uma evolução exemplificada pela ascensão do empreendedor Silvio Berlusconi e pela afirmação de seu monopólio televisivo, caracterizado por uma oferta de entretenimento extremamente fácil, embutida de propaganda e estímulos ao consumismo (ANDREWS, 2008).

Segundo Cinzia Scaffidi, diretora, em 2008, do Centro de Estudos do Slow Food e hoje integrante do comitê nacional da presidência do movimento, a “superficialidade” cultural da época ia se expandindo também ao âmbito alimentar: chegavam à Itália os primeiros *fast food*, acompanhados por práticas de consumo e tipologias de produtos totalmente alheios à cultura nacional e pela obliteração de receitas, ingredientes e hábitos alimentares da tradição (ANDREWS, 2008).

Foi nesse contexto que, logo após uma manifestação contra a abertura de um restaurante McDonald's próximo da histórica praça Piazza di Spagna, em Roma, foi utilizado, pela primeira vez, o termo "slow food". Corria o ano de 1986. A expressão, que em breve se tornaria o nome do movimento fundado por Petrini e seus colaboradores, apareceu no Manifesto do Slow Food, redigido pelo poeta e intelectual Folco Portinari, na época da manifestação "anti-McDonald's".

Inspirado pelo Manifesto Futurista de Marinetti (de 1909) e pela máquina para a nutrição humana do filme Tempos Modernos, de Charlie Chaplin, o Manifesto Slow Food contestava os valores que embasavam aquela que era definida como "vida veloz", criticava a confusão entre eficiência e frenesi, e exaltava as virtudes de uma vida lenta, baseada nos valores e nos prazeres dos sentidos e da sabedoria (ANDREWS, 2008; PETRINI, 2009; PETRINI e PADOVANI, 2005).

O nosso século, que se iniciou e tem se desenvolvido sob a insígnia da civilização industrial, primeiro inventou a máquina e depois fez dela o seu modelo de vida.

Somos escravizados pela rapidez e sucumbimos todos ao mesmo vírus insidioso: a Fast Life, que destrói os nossos hábitos, penetra na privacidade dos nossos lares e nos obriga a comer Fast Food.

O Homo sapiens, para ser digno desse nome, deveria libertar-se da velocidade antes que ela o reduza a uma espécie em vias de extinção.

Um firme empenho na defesa da tranquilidade é a única forma de se opor à loucura universal da Fast Life.

Que nos sejam garantidas doses apropriadas de prazer sensual e que o prazer lento e duradouro nos proteja do ritmo da multidão que confunde frenesi com eficiência.

Nossa defesa deveria começar à mesa com o Slow Food. Redescubramos os sabores e aromas da cozinha regional e eliminemos os efeitos degradantes do Fast Food.

Em nome da produtividade, a Fast Life mudou nossa forma de ser e ameaça nosso meio ambiente. Portanto, o Slow Food é, neste momento, a única alternativa verdadeiramente progressiva.

A verdadeira cultura está em desenvolver o gosto em vez de atrofiá-lo. Que forma melhor para fazê-lo do que através de um intercâmbio internacional de experiências, conhecimentos e projetos?

Slow Food garante um futuro melhor.

Slow Food é uma ideia que precisa de inúmeros parceiros qualificados que possam contribuir para tornar esse (lento) movimento, em um movimento internacional, tendo o pequeno caracol como seu símbolo. (Folco Portinari, em 9 de Novembro de 1989, Manifesto Slow Food, apud SLOW FOOD, 2013, p. 69)

Após a publicação do Manifesto (1987-1989) e a tradução de uma versão menor em vários idiomas, Petrini e colaboradores decidiram celebrar o lançamento oficial do movimento Slow Food, ocorrido em Paris, em dezembro de 1989, com a presença de delegações de 15 países (ANDREWS, 2008; PETRINI e PADOVANI, 2005). Nascia assim um movimento internacional, destinado a crescer a cada ano, a se estender e a difundir mundo afora suas filosofias e práticas (cf. Cronologia essencial, box final cap.1).

1.3 A EVOLUÇÃO E OS GRANDES PROJETOS: A ARCA DO GOSTO, A FUNDAÇÃO SLOW FOOD PARA A BIODIVERSIDADE, AS FORTALEZAS E OS MERCADOS DA TERRA

A década de 1990, para o movimento, é o período de gradual, porém constante, desenvolvimento e intensa articulação. Cada vez mais ativo e inserido no mundo da enogastronomia, o Slow Food ganha rapidamente apoiadores nos Estados Unidos, a partir da Califórnia e graças à adesão e à ação da chefe de cozinha Alice Waters, hoje vice-presidente do Conselho do Slow Food Internacional (para a estrutura e os órgãos que atualmente compõem Slow Food, cf. infra).

O primeiro grande evento que tem o Slow Food como protagonista é o Salone del Gusto. A primeira edição do evento ocorreu em 1996. Ainda hoje, o Salone acontece a cada dois anos, no Centro de Exibição Lingotto, em Turim, organizado pelo Slow Food, a Autoridade Regional do Piemonte e a Prefeitura da Cidade de Turim. O Salone del Gusto é uma enorme feira do setor enogastronômico. Segundo seus promotores e desde o começo, o intuito é contrastar a padronização dos alimentos criada pelos mercados globalizados, por meio de produções e produtores de excelência e regionais e promovendo a qualidade produzida em pequena escala. A mensagem é “preservar nossa herança gastronômica — e daí nossa herança cultural e do meio ambiente — através da revitalização das microeconomias locais” (SLOW FOOD, 2008; <<http://www.salonedelgusto.it>>, acesso em: abril 2013). Nos mesmos moldes, durante os últimos 15 anos, surgiram outros projetos.

O primeiro grande projeto, do qual, sucessivamente, surgiram outros, ainda hoje em andamento e expansão, é sem dúvida a assim chamada Arca do Gosto.

O projeto Arca do Gosto iniciou-se em Turim em 1996, com o objetivo de catalogar, descrever e atrair a atenção pública para produtos alimentícios do mundo todo (carnes e

peixes, frutas e vegetais, carnes curadas, queijos, cereais, massas, pães, bolos e doces) que têm potencial produtivo e comercial real, que estão fortemente ligados a comunidades e culturas específicas, mas que, nos mercados globalizados, correm risco de extinção (SLOW FOOD, 2008; <<http://www.slowfoodbrasil.com/arca-do-gosto>>, acesso em: janeiro 2013).

A Arca, lembra Carlo Petrini, é o projeto que, historicamente, começa a traduzir de forma concreta a ideia do Slow Food em relação à salvaguarda da biodiversidade – ideia que posteriormente evoluirá no projeto Fortalezas e na grande rede do Terra Madre (PETRINI, 2013):

Um congresso organizado em forma experimental por Slow Food, no dia 2 de dezembro de 1996, durante a edição inaugural do Salone del Gusto, intitulado “Uma Arca do Gosto para salvar o planeta dos sabores” é o momento inicial. O conceito de uma arca de Noé para salvar “do dilúvio da homologação industrial” os alimentos em perigo de desaparecimento, esboçada no congresso de 1996, se traduz, no Manifesto da Arca do Gosto, apenas um ano depois, no dia 29 de junho de 1997. Os objetivos declarados por este documento se cumpriram, substancialmente, por meio de ações de: pesquisa, catalogação, promoção, divulgação entre os consumidores, *lobby* para que instituições e entes nacionais e locais preservem as produções e, finalmente, educação ao gosto e alimentar, a partir da idade escolar (do “Manifesto da Arca do Gosto”, integralmente reportado em PETRINI 2013, pp. 71-73, tradução nossa).

Em 1997, na Itália, é constituída a Comissão Científica da Arca do Gosto, que define os critérios para a inserção de produtos na lista respectiva. Os produtos devem:

- ser de qualidade extraordinária no que se refere ao sabor;
- estar ligados a uma área geográfica específica;
- ser feitos em pequena escala por produtores artesanais;
- ser produzidos utilizando-se métodos agrícolas sustentáveis;
- correr perigo de extinção.

Comissões Nacionais da Arca, compostas por pesquisadores, cientistas, agrônomos e técnicos especialistas em alimentos, são subsequentemente criadas em outros países do mundo – primeiramente nos EUA e na Alemanha, depois na Suíça, Holanda, França, Espanha. Atualmente existem comissões da Arca na Argentina, Austrália, Brasil, Bulgária, Chile, Cuba, Coreia do Sul, Equador, França, Alemanha, Japão, Irlanda, Itália, México, Noruega, Holanda, Grã-Bretanha, Romênia, Estados Unidos, Suécia e Suíça.

Em 26 de Outubro de 2002, em Turim, durante a edição do Salone del Gusto daquele ano, é criada a Comissão Internacional da Arca, contando com diversos membros de cada

comissão nacional. Este corpo monitora o processo de seleção de produtos no mundo inteiro e seleciona os produtos da Arca em países onde não há comissão nacional ou onde o Slow Food ainda não possui associados (SLOW FOOD, 2008). Desde seu lançamento, a Arca cadastrou mais de 500 produtos de dezenas de países. Fazem parte da Comissão Internacional também: o Presidente do Slow Food, o Presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade e o Secretário Geral da Fundação Slow Food para a Biodiversidade.

A Fundação Slow Food para a Biodiversidade preside e financia os projetos Arca do Gosto, Fortalezas e o projeto Mercados da Terra (cf. infra) e desenvolve atividade de *fundraising* para financiar os projetos que coordena. Foi criada em 2003 com o apoio da Autoridade Regional da Toscana (Regione Toscana). Embora parte do Slow Food, ela possui autonomia estatutária, econômica e administrativa.

A sede oficial da Fundação está localizada na Accademia dei Georgofili, em Florença. De forma geral, ela promove os projetos do movimento Slow Food em defesa da biodiversidade agrícola e das tradições gastronômicas, principalmente em países em desenvolvimento, ciente de que, nesses contextos, muitas vezes, o que está em jogo, mais do que a melhora na qualidade de vida, é a própria sobrevivência das pessoas, comunidades e culturas (SLOW FOOD, 2008). Mais especificamente, ela promove um modelo sustentável de agricultura que respeita o meio ambiente, a identidade cultural e o bem-estar dos animais, apoiando o direito das comunidades locais de escolher o que produzir e consumir (SLOW FOOD, 2008, 2011; ANDREWS, 2008; <<http://www.fondazione Slow Food.it>>, acesso em: março 2013).

Infelizmente a Arca do Gosto, em comparação com os intuitos iniciais, depois, se limitou a ser apenas um projeto de catalogação, embora importante. Enquanto isso, o foco da verdadeira preservação – por meio da Fundação Slow Food para a Biodiversidade [...] – mudou-se prioritariamente para a realização das Fortalezas (PETRINI, 2013, p. 74, tradução nossa).

As assim chamadas Fortalezas são projetos em pequena escala que, por meio de consultorias técnicas, cursos de formação e apoio nas operações de marketing, ajudam os produtores de alimentos artesanais a preservarem seus métodos tradicionais e seus produtos finais. O projeto nasce em 2000 e logo se torna o braço executor da Arca do Gosto (<http://www.fondazione Slow Food.it/pagine/ita/presidi_italia/cerca_presidi.lasso?id_pg=136>, acesso em: março 2013).

Os projetos Fortalezas são baseados em contextos geográficos específicos, em todo o globo. As estratégias variam de acordo com o projeto e o produto, porém, independentemente de envolverem um único produtor em pequena escala ou um grupo de centenas, os objetivos são basicamente os mesmos:

- promover a produção artesanal;
- estabelecer padrões rígidos de produção e de qualidade;
- garantir um futuro viável para os alimentos em questão.

Na Itália, hoje, 231 Fortalezas (dado de 2014) protegem uma ampla gama de produtos: desde as raças autóctones de gado, até os pães e as conservas tradicionais de cada região da península. A lista das Fortalezas internacionais inclui um número crescente de produtos (184, até 2014). Os exemplos vão desde o arroz Bario do Bornéu central até a baunilha Mananara de Madagascar, do café das terras altas de Huehuetenango, na Guatemala, até o queijo Osceypek das montanhas Tatra na Polônia (SLOW FOOD, 2011). O Brasil entra na lista das Fortalezas mundialmente reconhecidas com 8 produtos (cf. cap. 2).

As tipologias dos produtos alimentícios que podem ser declarados e tutelados por um projeto Fortaleza incluem raças e variedades autóctones (animais e vegetais, domesticadas ou silvestres), produtos frescos e *in natura*, assim como receitas e alimentos processados ou conservados segundo métodos artesanais (produtos confeitados e pães, embutidos, queijos, conservas de frutas, hortaliças, carne, peixe etc.).

O projeto das Fortalezas Slow Food, de acordo com os princípios do movimento, tem como objetivo contribuir para que produtores de alimentos em pequena escala – que enfrentam problemas diferentes, porém parecidos no mundo todo – continuem produzindo alimentos de qualidade, de forma ambientalmente atenta e socialmente equitativa (SLOW FOOD, 2008, 2011).

Entre as iniciativas do Slow Food, existe também um projeto específico dedicado a aspectos de sustentabilidade relativos a locais peculiares para a comercialização dos produtos alimentícios em contextos urbanos. Trata-se de mercados e feiras de produtores que, por apresentarem requisitos específicos, são reconhecidos pelo Slow Food como “Mercados da Terra”.

Desde o início, em 2006, o projeto Mercados da Terra procura construir uma rede internacional de feiras agrícolas e dos produtores criadas ou revitalizadas de acordo com os

princípios do Slow Food. A ideia de base vem das feiras italianas tradicionais e do modelo estadunidense dos *farmers' market*⁵ (ANDREWS, 2008; PETRINI, 2013).

Geridos coletivamente pelos próprios produtores locais, os Mercados da Terra são pontos de encontro onde estes oferecem alimentos de qualidade diretamente aos consumidores – geralmente, consumidores urbanos –, garantindo métodos de produção ecologicamente atentos e produtos livres de organismos geneticamente modificados.

Os objetivos principais da promoção dessa tipologia de feiras são:

- preservar a cultura alimentar das comunidades locais, contribuindo para a defesa da biodiversidade e revitalização do nexo entre meio rural e urbano;
- oferecer alternativas à homogeneização consequente da produção industrializada, da grande distribuição organizada e do monopólio de empresas transnacionais;
- eliminar os intermediários na cadeia de produção-distribuição e de definição do preço, garantindo um preço que seja, ao mesmo tempo, acessível para os consumidores e uma justa compensação para o trabalho do produtor;
- reduzir a poluição devida a transportes de longa distância;
- garantir espaços de mercado para produtos locais de qualidade, artesanais, sazonais (PETRINI, 2005).

O projeto dos Mercados é acompanhado, do ponto de vista técnico, pela Fundação Slow Food para a Biodiversidade, que é responsável, no nível internacional, pela elaboração do regulamento (o chamado *Disciplinare*), dos instrumentos de trabalho e comunicação e do apoio para organizar os Mercados (SLOW FOOD, 2008, 2011; <<http://www.mercatidellaterra.it>>, acesso em: março 2013).

Os mercados e feiras que aspiram a se tornar Mercados da Terra são visitados pela equipe técnica da Fundação e pelo responsável de área do Slow Food International. Após a visita, o mercado apresenta requerimento formal para ingressar na rede internacional dos Mercados da Terra. O pedido é acompanhado pelo parecer técnico da Fundação. A aprovação oficial determina o ingresso do mercado na rede (e permite o uso da logomarca do Slow Food,

⁵ Nos Estados Unidos, segundo os dados do United States Department of Agriculture, em 1994, quando foram registrados pela primeira vez, os *farmers' markets* eram 1700. Em 1998, o número passou para 2700. Em 2013, eles cresceram para 8100. Califórnia, New York, Michigan, Illinois, Ohio e Pennsylvania são, em ordem, os estados com maior concentração de mercados (PETRINI, 2013).

Figura1). Os produtos que podem ser vendidos nos Mercados, assim como as formas de embalagem consentidas, também têm que respeitar um regulamento específico e detalhado, previsto pelo *Disciplinare* dos produtos⁶.



Figura 1. A logomarca dos Mercados da Terra italianos, dos países anglófonos e em árabe.

O primeiro mercado a ser revitalizado segundo essa ideia, em 2006, foi o Missira, a antiga feira artesanal de Bamako (Mali), na qual produtores e vendedores nômades, até épocas recentes, vendiam peixe, manteiga e tecidos. O mercado estava em estado de total abandono. A Fundação Slow Food para a Biodiversidade colaborou (financeira e logisticamente) com a Associação Yeelen, promovida por Aminata Traoré, ex-ministra da Cultura do Mali, para restaurá-lo. Graças à Yeelen, os produtores locais se empenharam para renovar o mercado e deram espaço aos pequenos agricultores para vender os seus produtos, dando vida a cooperativas de produtores e resgatando o saber tradicional, graças à capacitação de jovens agricultores (ANDREWS, 2008).

Atualmente fazem parte da rede dos Mercados da Terra 41 feiras, em cidades de 11 países do mundo⁷:

Porto Rico - mercado agrícola natural de San Juan

⁶ Os documentos oficiais para criar ou para transformar um mercado já existente em um Mercado da Terra estão disponíveis no site do Slow Food, em italiano, e no site Slow Food International, em inglês, sendo eles: *Vademecum per l'apertura di Mercati della Terra*, *Disciplinare dei Mercati della Terra*, *Disciplinare dei prodotti dei Mercati della Terra/ Earth Market Guidelines*, *Earth Market Rules*, *Earth Market Product Rules*. Fontes: <www.mercatidellaterra.it> ; <http://www.mercatidellaterra.it/pagine/ita/pagina.lasso?-id_pg=7>; <<http://www.earthmarkets.net/>>; <http://www.earthmarkets.net/pagine/eng/pagina.lasso?-id_pg=7>, acesso em: janeiro 2013

⁷ Entre 2013 e 2014 o número de Mercados aumentou de 33 para 41; juntaram-se à rede os Mercados de três novos países: Índia, México e Moçambique (dados <www.mercatidellaterra.it>, acesso em: janeiro 2013, outubro 2014).

Turquia - mercado de Foça

Líbano (2) - mercado de Beirute e mercado de Trípoli

Bulgária - mercado de Tcherni Vit

Índia - mercado de Bandra, em Mumbai

México - mercado El 100, em Cidade do México

Moçambique - mercado de Maputo

Israel - *farmer's market* de Tel Aviv

Áustria - mercado agrícola de Parndorf

USA - mercado de Greenville (Upstate, South Carolina)

Itália - mercados das cidades de: Alba, Anagni, Anguillara Sabazia, Aquileia-Cervignano, Bolonha, Cairo Montenotte, Calamandrana, Ciampino, Città di Castello, Colorno, Costiera Sorrentina, Ferrara, Frascati, Imola, Milão, Modena, Montecatini Terme, Padernello, Procchio-Ilha Elba, Reggio Emilia, Roma-EUR, San Giuliano Terme, San Miniato, Santa Maria delle Mole, Sarzana, Terracina, Torino (2), Umbertide, Valdarno.

1.4 TERRA MADRE: A VIRADA POLÍTICA

A história que nos conduz a entender o atual mote do movimento – a defesa do *alimento bom, limpo e justo* – é densa, e remonta a certos anos e eventos centrais. Em outubro de 1999, um dos componentes do trio, o amigo Giovanni Ravinale, morre prematuramente. Em 2001, Azio Citi, outro membro do trio fundador, sofre um acidente. No mesmo ano, Carlo Petrini é internado por causa de gravíssimos problemas de saúde, dos quais só se recupera lentamente.

Laura Bonini, secretária de Petrini, entrevistada no documentário *Slow Food Story* (2013), entende que os três eventos trágicos são marcos cronológicos e simbólicos importantes, que tiveram como consequência a reflexão rumo a uma intensa “humanização do

pensamento”. Segundo a historiografia oficial do movimento, naqueles anos de forte mudança, começa a gestação de uma nova ideia.

O Terra Madre, um projeto do Slow Food iniciado em 2004, é realizado a cada dois anos em Turim com o objetivo de construir uma rede internacional de produtores de alimentos, de representantes de comunidades locais, cozinheiros, acadêmicos, políticos, intelectuais e grupos de jovens, conectados entre eles para trocar experiências, saberes e práticas. Este evento reúne as sub-redes das Comunidades do Alimento⁸ do Slow Food, que integram o movimento no mundo todo. Portanto, o Terra Madre é, além do evento bianual, um projeto de networking em escala mundial. É “a rede das redes”. Sua finalidade primária é a promoção continuada de projetos comunitários e intercâmbios, de encontros locais e nacionais entre membros das Comunidades do Alimento e, finalmente, a realização do meeting internacional (ANDREWS, 2008; SLOW FOOD, 2008).

A cada dois anos, as Comunidades do Alimento, constantemente conectadas através de atividades circunstanciais específicas, convergem no espaço expositivo de Turim, para um encontro cara-a-cara⁹. Milhares de pessoas do mundo inteiro se reúnem para momentos informais de encontro, oficinas, palestras e exposições (Figura 2). Trocam experiências e discutem soluções para problemas comuns, compartilham alternativas viáveis para uma alimentação de qualidade e uma produção sustentável. Tudo segundo uma abordagem que, na linha do Slow Food, procura levar em conta não somente as características sensoriais do alimento, mas também os recursos ambientais, o equilíbrio global, a dignidade dos trabalhadores e a saúde do consumidor (ANDREWS, 2008; SLOW FOOD, 2008).

⁸ Um termo cunhado para definir os diversos tipos de atividades e profissões envolvidas na cadeia de produção de alimentos, que estão ligados histórica, social e culturalmente a uma área geográfica específica: bancos de sementes, cozinheiros, agricultores, pescadores, coletores de alimentos silvestres, criadores e acadêmicos, entre outros, compõem as diferentes Comunidades do Alimento do Slow Food, que hoje compreendem mais de 5.000 produtores no mundo inteiro (SLOW FOOD, 2008, 2011).

⁹ A partir de 2012, o Terra Madre e o Salone del Gusto estão fundidos em um único evento.

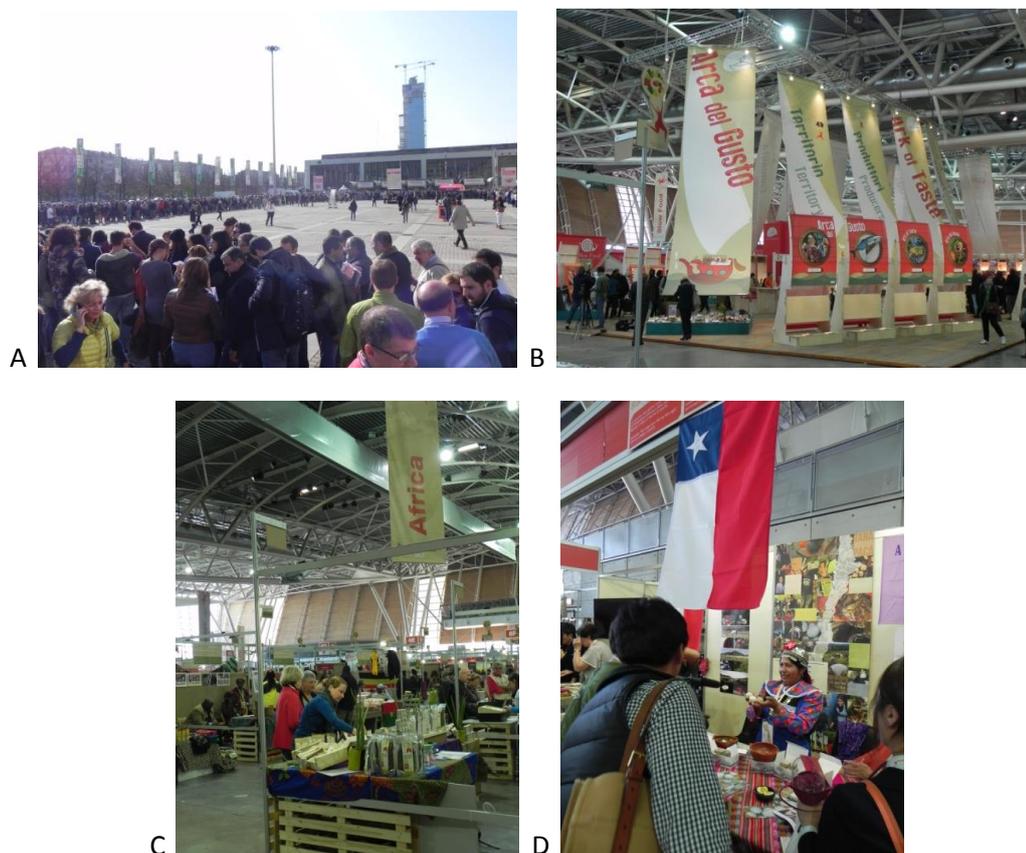


Figura 2. A, B, C, D Turim, Outubro de 2014, momentos da última edição do evento Salone del Gusto e Terra Madre: a enorme fila na entrada; o espaço dedicado à Arca do Gosto e a todos seus produtos; stands de diferentes países e continentes (fotos da autora).

Carlo Petrini teve uma primeira ideia, ou “desejo”, de algo parecido com o que se tornaria o Terra Madre, em 2000, após a primeira edição do Prêmio Slow Food para a Biodiversidade (um reconhecimento ao trabalho de pequenos agricultores e produtores que utilizam métodos tradicionais voltados à salvaguarda de produtos de qualidade). Durante a cerimônia de entrega dos prêmios, reuniram-se centenas de produtores e de jornalistas, os primeiros aproveitando o encontro para trocar informações sobre suas experiências. Foi assim que Petrini cogitou a possibilidade de proporcionar um momento similar, porém mais amplo: um evento capaz de juntar produtores vindos do mundo inteiro (PETRINI, 2013; ANDREWS, 2008):

Tínhamos um Prêmio Slow Food para a Biodiversidade que nos pôs em conexão com comunidades que faziam um trabalho incrível, mas não conseguíamos envolvê-las todas por simples questões financeiras – as indicações que recebíamos para o prêmio eram centenas a cada ano [...]. Eis a ideia: convidemos todas essas comunidades, procuremos outras, construamos as economias para que elas possam viajar – vamos falar com os camponeses que nunca na vida saíram do vilarejo deles –, vamos realizar o maior encontro mundial de produtores de comida

sustentável. Propus o número de dez mil pessoas, que ao final foram seis mil no primeiro *meeting*, que foi realizado em Turim, em outubro de 2004. A partir de então, o que tinha sido pensado como um encontro – sempre bianual, desde 2004 – tornou-se, na verdade, imediatamente uma rede, que hoje consta de mais de duas mil comunidades do alimento, em quase todos os países do mundo. Devem ser um milhão de pessoas, ou mais, e todas elas estão unidas pela mesma ideia de comida, baseada nos territórios deles e no trabalho cotidiano, simples, mas insubstituível: cultivar, criar, pescar, transformar, vender o que produzem fora do sistema governado pelo livre mercado. [...] Terra Madre tornou-se logo algo maior do que o Slow Food [...] (PETRINI, 2013, pp. 69-70, tradução nossa).

O efeito mais importante do Terra Madre foi a transformação política do Slow Food: agricultores, produtores de todos os setores, pescadores e, ainda, consumidores, intelectuais e ativistas dos cinco continentes encontraram-se, e encontram-se com o objetivo de compartilhar histórias, experiências e saberes ligados à produção e ao consumo alimentares. O envolvimento dos produtores e o papel central que lhes é reservado, em especial aos procedentes dos países em desenvolvimento, tem sido essencial para deslocar o foco das atenções do Slow Food: a associação, que antes corria o risco de ser assimilada a um “clube” para gourmets e consumidores de excelências gastronômicas, passou a se caracterizar mais claramente como movimento também político. A partir do primeiro Terra Madre, a preocupação e o ativismo em relação ao futuro alimentar do mundo, ao uso e à distribuição dos recursos, à fome e à pobreza, ao sistema agroindustrial e às formas de produção e extração, às consequências sobre o meio ambiente, aos mercados global e local, ao papel das mulheres na produção de alimentos, ao turismo e seus efeitos sobre as comunidades têm ganhado centralidade. Preocupação e debates começaram a estar acompanhados por apelos, estudos, ações de *lobby* e apoio a propostas e práticas alternativas concretas (ANDREWS, 2008; PETRINI, 2005).

A postura militante do movimento, que, a partir do Terra Madre, se mostrou fortemente atento aos países em desenvolvimento e mais pobres, às categorias e às regiões marginais, conquistou o apoio ativo de diversas figuras de destaque. No panorama internacional, a física e ativista indiana Vandana Shiva é, ainda hoje, uma entre seus principais apoiadores (já ocupou o cargo de vice-presidente do movimento). Entre os oradores que abriram a primeira e histórica edição do evento (2004), estava Frei Betto, então subsecretário de Agricultura do Presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Um fragmento de seu discurso inaugural é reportado no texto de Andrews:

A fome não se combate com as doações. São necessárias políticas eficazes para mudanças estruturais, com reformas agrárias e fiscais, capazes de atingir as rendas fundiárias e financeiras. Tudo isso, sustentado por uma política corajosa de investimentos e de crédito para as famílias, que devem ser o objeto de um intenso trabalho educativo, na linha de Paulo Freire, para que possam se tornar protagonistas socioeconômicos e sujeitos históricos e políticos (apud ANDREWS, 2008:2010, p. 76, tradução nossa).

O príncipe Charles da Inglaterra, outro célebre simpatizante do Slow Food, pronunciou o discurso de encerramento no primeiro evento Terra Madre, endereçado aos agricultores presentes:

Senhoras e senhores, eu não tenho palavras para expressar minha felicidade por estar aqui com vocês hoje, participando nesta discussão de vital importância para o futuro dos produtores de alimentos em pequena escala e artesanais do mundo inteiro.

Sempre acreditei que a agricultura não é apenas a mais antiga, mas também a mais importante das atividades humanas. É o motor do trabalho rural e constitui a base da cultura e da própria civilização. Lembrem-se, esta não é uma visão romântica do passado: hoje 60% dos 4 bilhões de pessoas que vivem em países em desenvolvimento ainda está trabalhando a terra. [...]

O alimento que vocês produzem é muito mais do que meramente alimento, uma vez que ele representa toda uma cultura. O amor pela terra, as memórias de infância, o conhecimento e a sabedoria aprendidos de pais e avós, o entendimento íntimo das condições climáticas locais, as esperanças e os temores das gerações futuras são elementos indispensáveis. Senhoras e senhores, todos vocês representam genuinamente a agricultura sustentável e, por isso, eu os homenageio (do discurso pronunciado em Turim, em 23 de outubro de 2004, tradução do italiano nossa¹⁰).

O surgimento do Terra Madre, portanto, representa um marco para a imagem e a identidade pública do movimento. Os seus princípios fundamentais, devido ao alento internacional, passaram a representar um modelo possível de “globalização virtuosa” (PETRINI 2013; ANDREWS, 2008). O princípio ético de *alimento bom, limpo e justo* foi escolhido pelo Slow Food como norteador de todos os elementos e momentos relacionados com a comida: acesso aos recursos, produção, distribuição, mercado e consumo. Isto é, o movimento passou a pregar a sustentabilidade ambiental, social e econômica de cada ação do ciclo alimentar.

¹⁰ O texto integral do discurso está disponível, em italiano, em: <<http://www.tspbi.tenstep.it/eBookPM/Premium/08.04IIPrincipeCarloaTerraMadre.htm>>, acesso em: outubro 2014.

1.4.1 O bom, o limpo e o justo

O conceito holístico de alimento *bom, limpo e justo* é hoje o fulcro filosófico do movimento, o ideal que alicerça todas as suas ações e projetos. Fruto das reflexões surgidas na preparação, durante e após o primeiro encontro do Terra Madre, definida e divulgada por Carlo Petrini no livro homônimo (2005), esta declaração de princípios condensa empenho político e consciência ambiental, incorporando instâncias múltiplas:

- promoção do direito universal à alimentação saudável e de qualidade; defesa da naturalidade dos produtos alimentares, das diversidades biológica e cultural ligadas a produção, preparo e consumo (*bom*);
- promoção de formas produtivas em pequena escala (familiar, comunitária), ecologicamente corretas e capazes de respeitar o equilíbrios dos ciclos que ligam o sistema ambiente/homem/matéria-prima (*limpo*);
- denúncia das contradições globais entre fome e obesidade, carência e desperdício; respeito ao trabalhador e seu *know-how*, através da condenação de processos de produção e comercialização caracterizados por formas exploratórias (*justo*).

O alimento, segundo compendiado pelo próprio Petrini, tem que ser bom “para o paladar e para a mente” (2009, p. 110).

Esse é um empenho político, pois a política serve para melhorar a qualidade da vida e essa é a função do *bom*. Se alguém estiver tentando nos responder que política é coisa séria, que não tem a ver com essas questões, responderemos tranquilamente que o bom também é coisa muito séria. Não é uma heresia, não há razão para envergonhar-se.

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

O que é sustentável ao se falar de alimento? Para julgar a sustentabilidade dos produtos alimentares, responde Petrini, é preciso estar ciente das consequências ecológicas das ações que ocorrem na passagem do campo à mesa.

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

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

No contexto do *justo* estão incluídas a justiça social e a sustentabilidade econômica para os que produzem comida. A primeira se refere ao respeito para com os trabalhadores e o trabalho, a ruralidade e a vida no campo, a sua justa remuneração e à tutela dos direitos dos trabalhadores, em uma ótica de equidade, democracia e soberania:

[...] Grandes fazendeiros exploram o trabalho braçal, não lhe garantindo nenhum direito, pagando salários que reduzem à escravidão. Na África, morre-se de fome. Camponeses indianos se suicidam, esmagados pela concorrência do agronegócio. Em muitos lugares, a produção agrícola não se diferencia da indústria pré-sindicalizada, e os camponeses morrem ou deixam os campos para viver em condições miseráveis em megalópoles como Cidade do México, Lima, São Paulo, Nova Déli e Pequim (PETRINI, 2009, p. 135).

Por outro lado, os camponeses e pequenos produtores de zonas ricas do planeta, que buscam o “bom” e o “limpo”, têm dificuldade para resistir aos preços baixos e subsidiados da agroindústria. Além do ponto de vista social, no *justo* é necessário incluir os aspectos de viabilidade econômica.

A justa remuneração para os camponeses é a premissa básica. Se um litro de azeite de oliva custar menos que 5 ou 6 euros, o camponês não recebe uma quantia justa, pois o custo de produção é superior ao preço final. Alguma injustiça ocorreu na cadeia de produção.

[...] O mercado *equitativo e solidário (fair-trade)* faz um grande trabalho ao introduzir uma maneira diferente de pensar a economia do alimento. [...]

O mundo das finanças, campo de batalha de multinacionais e comércios iníquos, tornou o dinheiro uma entidade esquivada e decididamente imaterial. Os capitais não são “pacientes”, não se fazem investimentos em empresas que garantem a justiça social e o resgate dos camponeses, nem que tenham baixo impacto ambiental (PETRINI, 2009, p. 137).

Corolário essencial desta postura é o peso, o espaço político reconhecido aos profissionais do setor alimentício e aos consumidores. O Slow Food convida os gastrônomos de hoje – sejam eles donos de restaurantes, chefes ou simples pais de família – a pensar em termos de “ecogastronomia”: comer não é apenas uma necessidade biológica, mas também um prazer social a ser compartilhado com os outros e uma forma de consumo responsável, que tem efeito direto sobre o meio ambiente, sobre o mercado e, conseqüentemente, sobre os métodos de produção de alimentos. Compreender tudo isso no alimento e nas escolhas que

o envolvem, significa incorporar no alimento tudo que ele representa. Mas, sobretudo, significa exercer ativa e responsabilmente, como consumidores, o poder de adquirir e promover valores, premiar práticas e produtos e orientar o mercado. O consumidor consciente, ao escolher, se torna “coprodutor” (PETRINI, 2009).

1.5 IDEÁRIO ESSENCIAL DO SLOW FOOD

Embora as primeiras declarações denunciassessem uma postura mais preservacionista do que propositiva, apesar de um forte enraizamento inicial no contexto regional e nacional e da clara afiliação à matriz cultural italiana, o movimento Slow Food não ficou limitado a uma atenção ao alimento em termos apenas estético-intelectuais e elitistas, como poderia parecer. Tampouco ficou restrito entre as fronteiras nacionais e europeias. Ao contrário, o Slow Food expandiu a sua ação mundo afora, incorporando à sua antiga raiz política novas agendas, novas questões e novas lutas para novos contextos – como os dos países em desenvolvimento.

Durante os anos 2000, graças à criação da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, à realização do evento internacional Terra Madre (2004), à definição dos princípios éticos e políticos do movimento (2004-2005) e à realização de projetos internacionais voltados ao resgate e à valorização de produtos típicos, biodiversidade (sementes e espécies nativas), sociodiversidade (saberes e práticas agrícolas tradicionais) e de processos produtivos atentos ao equilíbrio ecológico¹¹, o Slow Food tem incrementado seu engajamento social, político e ambientalista, almejando ter uma força cada vez mais holisticamente crítica e propositiva.

Em 2008, o movimento era formado por 84.000 associados espalhados em uma centena de países do mundo. Atualmente, conta com mais de 100.000 membros e são 150 os países que os hospedam. O Slow Food, além da sede histórica na Itália, já abriu escritórios nacionais nos países com maior número de sócios: Alemanha, Estados Unidos, Suíça, França, Japão, Reino Unido e, mais recentemente, Brasil, Quênia e Coreia do Sul (SLOW FOOD, 2008, 2011, 2013; <www.slowfood.it>, <www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento>, acesso em: setembro 2014). O jornal britânico *The Guardian*, em janeiro de 2008, incluiu Carlo Petrini

¹¹ Entre os principais eventos temáticos, tem-se o Cheese e o Slow Fish (cf. infra). Entre os projetos mundialmente difundidos, há a Arca do Gosto, as Fortalezas, os Mercados da Terra e o mais recente Dez Mil Hortas na África (Ten Thousand Gardens in Africa; cf. infra).

na lista “50 people who could save the planet”. Em setembro de 2013, a Organização das Nações Unidas homenageou o fundador do Slow Food com o prêmio Campeões da Terra¹².

Como uma pequena associação, de puro caráter italiano e regional, inspirada nos movimentos sociais e políticos da Itália das décadas de 1960 e 1970, conseguiu alcançar um número tão amplo de apoiadores, em tantos lugares do mundo e em lugares tão diferentes no que diz respeito à história, tradições e situação político-econômica, demonstrando tendências de crescimento constantes e duradouras? O carisma inegável de seu fundador, que é alma e força propulsora do movimento, constitui um fator de destaque. Mas, para responder à pergunta, propomos um voo panorâmico sobre o ideário do movimento, ao longo de 25 anos de evoluções e empenho.

Em princípio era a crítica à *fast life*. Descrita como o vírus da existência moderna, que tudo escraviza e fagocita em nome da serialização, da produtividade industrial mecanizada e padronizada, a vida veloz molda o homem contemporâneo. Ela é a primeira incriminada pelo incipiente movimento Slow Food, ainda na época do Manifesto de Portinari, por impor ritmos e modalidades já espalhados pelo mundo ocidentalizado e a cada dia mais homogeneamente globalizados, os quais atropelam, além do ambiente natural, paisagens e saberes artesanais, as práticas íntimas da existência humana. Entre elas, há a alimentação, com seus momentos e calendários, com suas tradições, ingredientes e prazeres mais simples. A comida é um elemento capaz de sintetizar em si a febre que afeta, de forma geral, a vida moderna em todas suas atividades (PETRINI, 2009, 2005; SLOW FOOD, 2013).

O Slow Food não foi o único nem o primeiro a expressar essas inquietudes. Mas, já desde seus primórdios, perscrutando mal-estares vindouros, o movimento conseguiu encarnar aquela preocupação que, na época, era expressada também por outras vozes. As lideranças e as figuras mais carismáticas do movimento – Carlo Petrini *in primis* – souberam sentir as inquietudes do tempo, souberam apoderar-se eficazmente de reflexões teóricas maiores alertando sobre os perigos da modernidade e condensaram-nas em um contramovimento com propostas de ação concreta.

Existe uma ampla literatura que, a partir dos anos sessenta, preconiza ou denuncia os falsos mitos do progresso proporcionados pelo industrialismo ocidental e pelas formas de globalização incipientes. Enquanto o mundo caminhava otimista rumo ao progresso tecnológico, confiante na difusão do bem estar derivado da libertação do homem do trabalho

¹² Cf. PNUMA 2013; SPITZCOVSKY, 2013; UNEP, 2013; <<http://www.theguardian.com/environment/2008/jan/05/activists.ethicalliving>>, acesso em: dezembro 2014.

manual, graças à máquina e à maior disponibilidade de bens de consumo, uma parcela da intelectualidade entrevia a origem do perigo. Confusão entre frenesi e eficiência, ditadura da produtividade, monetarização do tempo e das transações segundo a lógica da eficiência econômica, hipertrofia disfuncional dos aparatos produtivos: tudo isso já era identificado e denunciado pioneiramente por Ivan Illich (1973).

Em 1973, na abertura de sua obra mais famosa, *A Convivialidade*, Illich alertava sobre a necessidade de tomar consciência, o mais rapidamente possível, dos limites a serem colocados para o desenvolvimento, limites que deveriam dizer respeito tanto aos bens como aos serviços produzidos industrialmente. Para analisar a relação entre o homem e seus instrumentos de subsistência, o autor propunha o conceito de “equilíbrio multidimensional da vida humana” (1973). Em cada uma das suas dimensões, este equilíbrio corresponde a uma determinada escala natural. Quando uma atividade humana exercida por meio de instrumentos ultrapassa um determinado limiar, definido pela sua escala específica, primeiro, ela se volta contra sua própria meta. Em seguida, ameaça destruir todo o corpo social. Por isso, Illich afirmava a necessidade de determinar claramente as escalas naturais e reconhecer os limites que delimitam o campo da sobrevivência humana (1973).

A sociedade, uma vez atingido o estágio avançado de produção de massa, produz sua própria destruição. Essa é a conclusão do autor. A natureza é desnaturalizada. Desenraizado, “castrado em sua criatividade, o homem é fechado em sua cápsula individual” (1973:2005, p. 13). A coletividade é regida pelo jogo combinado da polarização e da especialização extremas. A busca frenética por modelos e produtos sempre novos, câncer do tecido social, acelera a mudança ao ponto de excluir qualquer apelação aos modelos anteriores como guia para a ação. O monopólio do modo industrial de produção reduz os homens a serem matéria-prima trabalhada pelos instrumentos. Pouco importa se é um monopólio público ou privado: a degradação da natureza, a destruição dos laços sociais, a desintegração do homem nunca serão capazes de servir a um propósito social (1973).

A mudança acelerada produz sobre o homem efeitos iguais aos da dependência a uma droga:

se experimenta, se começa, se acostuma, acredita ser capaz de controlar, adoece, colapsa. A dialética da história quebra em estilhaços. A relação entre o presente e a tradição desaparece. A linguagem perde suas raízes, a memória social é congelada, o antecedente deixa de ter influência sobre o Direito (1973:2005, p. 95).

Não seria difícil costurar essas frases às que Friedrich Schumacher escreve em *Small is beautiful*, também publicado em 1973, ou às que Cornelius Castoriadis pronuncia nas entrevistas dadas entre 1973 e 1997:

Chamam democráticos nossos regimes falsamente, porque estão ligados a *oligarquias liberais*. [...] Esses regimes são liberais: essencialmente não utilizam a coerção, mas uma espécie de semiadesão branda da população. Esta última foi finalmente penetrada pelo imaginário capitalista: o objetivo da vida humana seria a expansão ilimitada da produção e do consumo, o suposto bem-estar material etc. [...] Precisamos daquilo que Aristóteles chamou de *phrónesis*, a "prudência" (segundo uma má tradução latina do termo). A experiência mostra que a atual tecnoburocracia (tanto econômica assim como científica) é orgânica e estruturalmente incapaz de fornecer esta prudência, pois só existe e é impulsionada pelo delírio e a expansão ilimitada. Precisamos, portanto, de uma verdadeira democracia [...]. Uma sociedade democrática é uma sociedade autônoma, mas autônoma significa também e sobretudo autolimitada (CASTORIADIS, 2006, pp. 20, 67, tradução nossa, itálico do autor).

O valor do saber e da produção artesanal em oposição aos modos industriais, o elogio da escala pequena e local, a denúncia da erosão dos espaços de socialização e discussão política, a sabedoria da consciência do limite, dos instrumentos formativos para criação e exercício da cidadania ativa, os custos e danos derivados do superdesenvolvimento: os valores e as modalidades celebrados pelo Slow Food eram e são todos temas vivos no pensamento de alguns célebres autores, em várias áreas do saber. É suficiente chamar à mente, além dos já mencionados, títulos como *Modernity at large*, de Arjun Appadurai (1996), *The Consequences of Modernity* e *Beyond Left and Right*, escritos por Anthony Giddens em 1990 e em 1994. Basta pensar em *In search of politics* e *Globalization: The Human Consequences*, de Zygmunt Bauman (1999 e 1998), na obra de Edgar Morin (1999a, 1999b, 2000, 2002, 2003, 2004, 2007), no André Gorz de *L'Immatériel* (2003). E, ainda, na *World Risk Society* escrita por Ulrich Beck em 1998. Nesta literatura encontram-se os conceitos básicos que foram cunhados para interpretar a modernidade e suas crises, a globalização e as dinâmicas global-local, com suas emergências.

Há também o economista húngaro Tibor Scitovsky. Em *The Joyless Economy* e em *Human Desire and Economic Satisfaction*, publicados respectivamente em 1976 e 1986, ele distingue entre duas formas de consumo: (i) o consumo de bens de estimulação, como uma bela paisagem, ou de bens relacionais, como um jantar com amigos, que nos estimulam e trazem significado à existência e às formas sociais em que o desafio, o risco e o sentido de meta atingida são elementos da alegria; e (ii) o consumo de bens de conforto e de segurança. A prevalência da primeira forma seria benéfica, enquanto a da segunda deletéria. Os bens

relacionais e de estimulação deveriam sempre se sobrepôr aos segundos, que nos saciam momentaneamente, mas aos quais logo nos adaptamos, experimentando um prazer temporário que se esvai e nos esvazia.

É interessante observar como a atualidade do movimento Slow Food, de 1989 até hoje, pode justamente ser interpretada pela capacidade de seu discurso oficial se apoderar das reflexões sociológicas desta corrente de pensamento crítico e de incorporá-las com sucesso – pelo menos na teoria –, e pela capacidade de a sua proposta permanecer inserida na contracultura, captando inquietudes e demandas do seu próprio tempo, ao longo do tempo. Ao estudar a história do Slow Food e de suas ações, assim como os textos referentes ao movimento e a seus teorizadores, notamos que essa capacidade de se manter atual é demonstrada, além de pela proliferação de “*slow*” (*slowcity*, turismo *slow* etc.), pela sintonia entre a evolução de sua mensagem e a *summa* do pensamento dos cientistas sociais e intelectuais que interpretaram as faces da modernidade.

Muitos dos cernes ideológicos que o movimento, pela voz dos fundadores, faz questão de difundir, acham correspondência pontual nas reflexões dos sociólogos, economistas e intelectuais mencionados.

Em conjunto com o processo de industrialização, em pouco mais de um século instalou-se uma forma de ditadura tecnocrática em que o lucro prevalece sobre a política, a economia sobre a cultura e a quantidade é a principal (se não a única) medida para julgar as atividades humanas. Trata-se daquilo que Edgar Morin [...] chama de “quadrimotor” que empurra a “embarcação espacial Terra” [...]. Trata-se de ciência, técnica, indústria e economia capitalista, um quadrimotor invasivo e penetrante, já que o processo de industrialização não parou nos manufaturados e nos bens de consumo, mas se transformou em fator cultural na vida cotidiana, condicionando as atividades das pessoas (PETRINI, 2009, p. 26).

Essas palavras de Petrini são correlatas às que Illich escreveu, com três décadas de antecedência, sobre o perigoso empobrecimento de informação e debate cívico na era moderna:

As revistas semanais aumentam sua difusão, enchendo-se de informações estereotipadas. Tornam-se produtos acabados que oferecem, já pré-confeccionada, uma informação filtrada, asséptica, pré-digerida. Essa informação “melhor” substitui a antiga discussão que acontecia no *fórum* das pessoas comuns e simples, na *plaza*; com a desculpa de informar, ela suscita uma dócil bulimia de alimentos pré-cozidos e suprime qualquer capacidade natural de escolher, dominar, organizar a informação (1973:2005, p. 91, tradução nossa).

É indicativa, para o nosso tema, a alusão metafórica à esfera alimentar, com a “dócil bulimia de alimentos pré-cozidos” à qual o homem contemporâneo se abandona. Cornelius Castoriadis parece prosseguir e detalhar, até chegar, em sintonia com reflexões análogas desenvolvidas por Zygmunt Bauman (1999), às consequências mais graves:

A população está totalmente privatizada. A população não participa na vida política [...]. Precisamos, acima de tudo, que mude a atitude dos indivíduos para com as instituições e os assuntos públicos, a *res pública*, o que os gregos chamavam *tà koiná* (as questões comuns). Pois hoje, a dominação de uma oligarquia e a passividade e privatização do povo são apenas dois lados da mesma moeda. [...] Sob a oligarquia liberal, há tanto a dominação mais ou menos clara da esfera público-privada ("o mercado", a economia) assim como a supressão efetivamente da natureza efetivamente pública da esfera pública (CASTORIADIS, 2006, pp. 20-21, itálicos do autor, tradução nossa).

A preferência por quantidade, redução dos custos de produção e grande escala, em âmbito alimentar, contribuiu para distorções e problemas que em anos recentes estão vindo à tona, impondo-se no debate internacional e levando consigo a necessidade de repensar as lógicas que embasam os sistemas produtivo e distributivo. É o caso do desenvolvimento da agricultura segundo os moldes industriais, cuja história fala da busca de um crescimento exponencial da produtividade, passando pela revolução verde, até a agroindústria moderna:

A produção aumenta, as terras cultivadas aumentam e 22% da população mundial (cerca de metade da força de trabalho) se dedica à agricultura. Contudo, o alimento produzido para 12 bilhões de pessoas é insuficiente para os 6 bilhões de pessoas existentes. Como se não bastasse [...] os solos sucumbem à desertificação ou morrem em virtude do emprego exagerado de produtos químicos. Os recursos hídricos escasseiam, a biodiversidade diminui [...].

Em algum momento, algo se desviou do caminho. Se analisarmos a busca pela satisfação de necessidade primária por alimento de uma perspectiva de longo prazo, a sede produtiva resultou mais em prejuízos que benefícios (PETRINI, 2009, p. 31).

A contradição emerge: de alguma forma, a agroindústria criou a ilusão de que os problemas alimentícios da humanidade pudessem ser resolvidos. E mais: nos últimos cinquenta anos, afirma Petrini, isso transformou a produção do alimento em algoz e vítima. Algoz porque os métodos insustentáveis da agroindústria decretam o desaparecimento de inúmeras culturas produtivas sustentáveis que identificavam comunidades. Vítima, porque os mesmos métodos insustentáveis – num primeiro momento indispensáveis para saciar um

número elevado de pessoas – reduziram o setor agroalimentar a um setor desprezado, distante da realidade de milhões de pessoas, “como se conseguir alimento tivesse se tornado uma coisa natural e não comportasse nenhum tipo de trabalho” (PETRINI, 2009, p.32). De fato, a política pouco se ocupa disso, a não ser sob a pressão de *lobbies* da agroindústria transnacional, enquanto o consumidor médio não pergunta a si mesmo o que está comendo, ou é obrigado a esforços titânicos para encontrar informações esclarecedoras:

Muitos campos possuem características industriais: não há vida. Não se veem camponeses, mas apenas operários que produzem mercadorias em série. As paisagens estão irremediavelmente deturpadas, os campos se pintam em cores mortíferas, ao lado de construções horrorosas [...]. Já fomos muito além do ponto de ruptura, precisamos de uma repentina alteração de direção e de uma profunda mudança de mentalidade. A agricultura deve se desindustrializar; é preciso devolver prioridade à terra e ao ambiente natural agrícola. A terra é lugar de vida [...]. Um solo estressado não produz vida; produz morte. Um solo estressado não é resultado de uma relação profícua entre homem e natureza; é apenas uma triste máquina produtiva de alimentos (PETRINI, 2009, p.118).

As palavras de Petrini ecoam as de Illich ao afirmar que a atual difusão da riqueza – se não em sentido absoluto, pelo menos em relação ao custo da comida —, combinada com a ignorância sensorial, tem levado a critérios e resultados antieconômicos: “quanto mais barato é o produto, mais consumido ele é, não importando que prive do prazer nem se prejudica a pessoa, o ecossistema e os trabalhadores que o produzem” (PETRINI, 2009, p.101). Entre as consequências disso, estão os escândalos alimentares e os graves problemas de saúde pública, como no caso da encefalopatia espongiforme bovina (EEB), da gripe aviária e das adulterações alimentícias de toda espécie que, diariamente, ganham espaços na crônica e colocam os consumidores em uma condição de desamparo.

A dialética entre o *global* e o *local*, que vem caracterizando os processos de globalização (cultural e dos consumos, portanto gastronômica e produtiva) vê surgir, do lado e paralelamente à padronização, fenômenos de reação e resistência, verdadeiros *revival* culturais e identitários. São os assim chamados *glocalismos*, o fruto do processo de *glocalização*, isto é, uma reação combinada do *local* (cultura, identidade, orgulho, tradição etc.) perante o *global* que se propaga¹³. A propósito do tema, Petrini sintetiza:

¹³ Os termos *glocalismo* e *glocalização* foram popularizados na década de 1990, na literatura de língua inglesa, pelo sociólogo Roland Robertson. Também nos anos noventa, os sociólogos Keith Hampton, Barry Wellman e Erik Swyngedouw contribuíram para a sua difusão. Na Europa, o sucesso do conceito se

A globalização moderna, com seus produtos industriais padronizados, é apanágio das massas, uma conquista que, entretanto reduziu o padrão alimentar das pessoas, que ingerem gêneros produzidos em série [...]. Quem deseja comer melhor, hoje, deve procurar diversidade e tradições locais e mergulhar nas tradições não globais. Ao mesmo tempo, a globalização moderna gerou novas diversidades, carregou a redescoberta das identidades alimentares com novos significados. A cozinha regional, por exemplo, é uma invenção recente em relação à história da culinária e exerce cada vez mais fascínio e importância à medida que o mundo tende a padronizar-se do ponto de vista cultural (PETRINI, 2009, pp. 83-84).

Sempre em relação à globalização, aliás, o Slow Food não se limita apenas a condená-la, pelas razões clássicas (é homogeneizante). Assumindo, de alguma forma, a condição objetiva e real do estar no mundo e nos mercados hodiernos, o Slow Food tem procurado uma via nova para reverter a face nefasta da globalização, pelos seus próprios canais. A ela Petrini opõe a possibilidade de uma “globalização virtuosa”, exemplificada pelo surgimento da rede do Terra Madre:

A diversidade é um ingrediente fundamental, embora haja alguém que quer nos convencer que ela é um conjunto de características fixas e imutáveis, algo que tem a ver com raízes que conduziriam até uma espécie de ponto extremo – e único – de pureza. Em realidade, as raízes verdadeiras são outras: se ramificam pelo subsolo, se afastam da planta, exploram. Com a identidade acontece da mesma forma, se pensarmos em relação ao passado. Ela sempre é fruto da troca [...]. Em épocas de globalização, essa troca detém potencialidades nunca tidas antes na história da humanidade: basta pensar na forma em que hoje viajamos ou comunicamos. Por isso, não podemos nos dizer contrários à globalização [...]. Porque a globalização pode ser, pelo contrário, uma oportunidade, um grande motor, com a condição de garantir-lhe um combustível muito rico: a diversidade. O trabalho a ser feito, hoje, para virar o jogo, é colocar o combustível certo no motor para fazê-lo viajar direito. Libertar a diversidade no mundo globalizado (PETRINI, 2013, pp. 68-69).

Com certeza, é possível observar que algumas tendências atuais, especialmente nos países ricos e mais afetados pela crise econômica iniciada em 2008, têm favorecido a fama do Slow Food e a larga adesão a sua pregação. Hoje em dia, o Slow Food se encontra no meio de fenômenos que confirmam e respaldam tudo o que o movimento fez até agora e que lhe dão grande visibilidade – porém, nem sempre no sentido e para os objetivos pretendidos pelo

deve primeiramente à obra *Globalization: The Human Consequences*, de Zygmunt Bauman (1998; SOJA, 2000).

movimento. Entre eles, a nosso ver, está um conjunto de tendências pertencentes à mesma complexa onda sociocultural. Dela fazem parte: a recente explosão da moda midiática da enogastronomia, do resgate do “produto típico” e do regionalismo, a onipresença de sugestões a preferir tudo o que é “feito em casa”, o *revival* de práticas ultrapassadas, como as hortas domésticas (e similares) e, especialmente na Europa, a propagação de ideias – mais ou menos românticas – sobre o retorno à agricultura como bom remédio anticrise e forma de subsistência virtuosa.

As transmissões televisivas, nos dois hemisférios, estão repletas de programas sobre cozinha e culinária. Essa tendência, em muitos aspectos, se parece mais com um fenômeno de moda do que com uma renovada e profunda atenção crítica ao tema da alimentação: praticada nesses termos, em vez de aprofundar o tema, o relega apenas à esfera do lazer, do entretenimento, ocultando questões mais sérias que existem por trás – e que o Slow Food pretende discutir:

[...] aquela loucura coletiva que é a explosão midiática do tema alimentar, especialmente nos programas televisivos que, a qualquer horário e em qualquer canal, transbordam de comida, numa forma que não hesito em definir como pornográfica [...], comida sem um mínimo de consciência, de sentimento pela humanidade que está por trás dos processos, das ações, dos pensamentos e ideias que a levam até à mesa (PETRINI, 2013, p. 12, tradução nossa).

Por outro lado e além das modas, a proposta do Slow Food está plenamente inserida no debate atual sobre a necessidade de repensar e converter, em sentido local e de menor escala, as formas usuais de produção, distribuição e abastecimento. Sob os golpes da crise econômica, elas dão sinais de inadequação. As prefeituras e os cidadãos parecem prestar mais atenção à oportunidade de adotar novos instrumentos para promover essa reconversão e reeducação: hortas urbanas coletivas e hortas escolares, *farmer's markets* (feiras de venda direta dos produtores agrícolas), grupos de compra e distritos de economia solidários¹⁴,

¹⁴ Um Distrito de Economia Solidária (DES) é uma rede em que os participantes ajudam uns aos outros, para satisfazer o mais possível suas necessidades de compra, venda, troca e doação de bens, serviços e informações, de acordo com os princípios da economia local, equitativa, justa e sustentável (MAGNAGHI, 2012; SAROLDI, 2003; ORAZI, 2011; BIOLOGHINI, 2007).

Na Itália, os DESs costumam ter em seu interior Grupos de Compras Solidárias (GAS é a sigla em italiano), ou seja, grupos de consumidores que se juntam para comprar diretamente dos produtores agrícolas. Normalmente, um grupo DES reúne pessoas em nível local, provincial ou regional. Em escalas maiores, no entanto, se fala de Redes de Economia Solidária.

O termo "distrito de economia solidária" nasceu em 19 de outubro de 2002, quando a Rede Italiana de Economia Solidária (RES) reuniu-se pela primeira vez em Verona para redigir uma carta de princípios, que depois foi apresentada publicamente em Pádua, em maio de 2003. Este documento define um DES como: "Uma realidade territorial, econômica e social que persegue a realização dos três seguintes princípios: cooperação e reciprocidade, valorização da região, sustentabilidade social e ecológica [...], por meio do método da participação ativa dos cidadãos na definição das práticas concretas para a gestão dos

práticas de *car sharing* e *house sharing*, abastecimento de cantinas escolares e de instituições públicas por meio de compras *green*, formas de *ecolabelling* para produções e serviços etc.¹⁵ Tais iniciativas têm contribuído para mudar a face da agricultura periurbana e para reorientar o consumo alimentar urbano através de cadeias curtas (MAGNAGHI, 2012; SAROLDI, 2003).

Hoje em dia, em contextos ocidentais abastados, entre os consumidores de classe média e alta, se fala muito na necessidade de uma conversão, da nova procura pela sustentabilidade a ser alcançada por meio de processos de reterritorialização: a reaproximação físico-geográfica (expressa pela notória fórmula “Km 0” que acompanha os produtos alimentícios) e organizativa entre momentos e lugares de produção e momentos e lugares de venda e consumo (redução das cadeias de intermediação). Tais instâncias acham um importante respaldo teórico nas reflexões de pensadores e partidários do assim chamado “decrecimento”¹⁶. Elas correspondem, sobretudo, ao conteúdo das campanhas do Slow Food.

Contudo, não é apenas a conjuntura atual que valida a proposta do Slow Food e a torna universalmente exportável. Essa conjuntura, de fato, é própria de contextos e situações socioeconômicas restritas: sociedades ocidentais abastadas, classes média e alta, consumidores com instrução superior, conscientizados em relação a temáticas ecológicas e que procuram ativamente formas responsáveis e alternativas de consumo. A abrangência da

processos econômicos relativos ao respectivo distrito.” (RES, 2010; BIOLOGHINI, 2007; SAROLDI, 2003).

Os DESs locais fazem parte de uma estrutura de coordenação nacional, o Tavolo RES, que por sua vez faz referência à RIPESS Europa, o centro da Rede Intercontinental para a Promoção da Economia Social e Solidária.

Saroldi, Andrea, "Costruire economie solidali", Bologna, EMI, 2003, pp. 128. ISBN 9788830712560

¹⁵ No que se refere à redução do consumo energético, nas cidades europeias se difundem boas práticas de consumo crítico, como o *cohousing* e o *car pooling*, ou *car sharing*. O *cohousing* consiste em assentamentos de alojamentos particulares integrados por espaços de uso comum, a serem compartilhados entre *cohousers*. Entre os serviços coletivos estão grandes cozinhas, lavanderias, espaços para laboratórios e oficinas, áreas de lazer para crianças, biblioteca, ginásio, piscina, sala de internet etc. Os apartamentos particulares são geralmente de tamanho menor do que a média da habitação normal. Isso por duas razões: conter os custos globais de realização (cada proprietário cobre também uma parte das despesas para a construção de espaços comuns) e promover um uso mais intensivo das áreas comuns. Normalmente, um projeto de *cohousing* compreende de 20 a 40 famílias que vivem juntos como uma vizinhança e gerenciam as áreas comuns de forma coletiva, movidas pela procura da redução dos custos e da realização de benefícios de natureza ecológica e social.

O *car pooling*, segundo os mesmos princípios, é o compartilhamento de um automóvel particular entre um grupo de pessoas, com o objetivo principal de reduzir os custos de transporte e de propriedade do meio (o serviço comercial equivalente – isto é, fornecido por empresas que alugam as viaturas – se chama *car sharing*). Como fundamento está a ideia de estimular a “mobilidade sustentável” e a transição da propriedade do bem de consumo para o serviço (MCCAMANTE DURRETT, 1994; BAGLIONE e CHIODELLI, 2011; CHIODELLI, 2010; <http://www.repubblica.it/motori/autosezioni/attualita/2012/11/14/news/motori_carpooling-46638874/?ref=search>;<<http://www.automoto.it/news/carpooling-e-boom-di-richieste-in-italia.html>>, acesso em: outubro 2014).

¹⁶ A voz em prol do decrecimento internacionalmente mais conhecida é a de Serge Latouche. Suas obras mais representativas sobre o tema são *Le pari de la décroissance* (2006), *Petit traité de la décroissance sereine* (2007), *Vers une société d'abondance frugale: Contresens et controverses sur la décroissance* (2011), *L'âge des limites* (2012).

proposta que o movimento tem elaborado a propósito do alimento é expressivamente atrativa também *para* países que hoje vivem circunstâncias históricas, políticas e econômicas distintas das mencionadas. A carga crítica e transformadora do discurso articulado em volta das questões políticas, sociais e existenciais que envolvem o problema da alimentação, tanto em escala mundial como local, representa um fator importante de difusão e aglutinação do Slow Food. As razões do grande apoio que o movimento, nos últimos dez anos, vem ganhando em países da América central, do sul e na África, estão relacionadas justamente com essa aptidão. A mensagem do Slow Food atinge com eficácia não apenas a sociedade que vivencia as crises do pós-desenvolvimento, mas também aquelas que hoje se encontram em condições de necessidade, assim como os contextos emergentes, caracterizados pelo dinamismo das coisas novas acontecendo e onde as orientações decisivas estão sendo escolhidas. Poderíamos exemplificar isso por meio da análise do conceito peculiar de *prazer*, desde sempre central na filosofia do Slow Food.

1.5.1 O prazer: uma questão de direitos e política

Movimento internacional para a defesa do direito ao prazer: esse era o subtítulo do manifesto de 1987 em sua versão original. O conceito de prazer a ser preservado, na evolução do pensamento de Petrini e de seus colaboradores, assume um papel importante e reflete a evolução da filosofia Slow Food como um todo. A luta em prol da defesa do prazer começa nos primeiros anos de ativismo militante de esquerda, com a reivindicação antiburguesa para a democratização e o acesso à qualidade de vida, também para as classes populares. Se, como rezava um *slogan* da época, o pessoal é político, o alimento e a alimentação, assim como outras práticas que conectam o material e o imaterial, o cotidiano e a identidade cultural, também são políticos. Estes são assuntos de debate e objetos das escolhas políticas. Os movimentos de libertação e para os direitos civis dos anos sessenta e setenta pregavam isso em relação à emancipação de gênero, sexual e racial.

O alimento é uma peça central no mosaico da cultura cotidiana do ser humano, das sociedades e do respeito à identidade e à diferença. O direito de garantir prazeres básicos por meio do “comer bem” era e é uma das reivindicações do movimento, desde sempre defendida como questão de capital importância. Porém, o conceito de prazer pregado pelo Slow Food não se limita aos aspectos estético-sensoriais. Com o passar dos anos e a inclusão de missões e visões mais complexas na agenda do movimento, as denotações do “direito ao prazer”

também ganham articulação e definem um novo conceito de gastronomia, a “ecogastronomia” (PETRINI, 2009, 2013).

O princípio do prazer é fundamental e natural; é um direito de todos. Reafirmar esse princípio sem ambiguidade e sem nenhuma implicação psicanalítica é, antes de tudo, um ato de civilidade. O prazer deve ser garantido a todos, e por isso é necessário ensinar as pessoas a reconhecê-lo e criar condições para que sejam produzidos, por toda parte, produtos “naturalmente” bons.

Esse objetivo elimina imediatamente a concepção errônea de que a gastronomia seja apanágio de elites abastadas e que deva ser, de algum modo, separada da alimentação. É como dizer que apenas quem tem boas condições econômicas tem direito ao prazer; os outros, os pobres, estão destinados a nutrir-se para não morrer de fome e não podem experimentar nenhum prazer (PETRINI, 2009, p.106).

Prazer, portanto, incorpora múltiplos significados. Adquire o sentido de respeito à naturalidade, à matéria-prima e ao ambiente que o produz. Quando o *fast food* se tornou universal, escreve Petrini, o Slow Food encontrou a sua razão de ser; quando a globalização homogeneizou o gosto, nasceu a valorização do regionalismo e da diversidade; e quando o artificial entrou na moda, renasceu a escola do “natural”. Tornou-se urgente a defesa do gosto natural, que, no tumulto de estímulos que nos envolve, deve, antes de tudo, ser claramente identificável no *sabor* e no *saber*. “O resto é um desafio contínuo para permanecermos agarrados à realidade das coisas, porque é ela que navega, há muito tempo, em uma crise profunda” (PETRINI, 2009, p.103).

Natural, explica Petrini, significa não utilizar elementos demais, estranhos e artificiais que não respeitam “os ciclos fisiológicos de criação animal e produção da terra, que não subvertam o sistema ambiente/homem/matéria-prima” (PETRINI, 2009, p. 104). Prazer se torna também sinônimo de saúde, através da alimentação, e de justiça distributiva: todos tem o direito inalienável à comida de boa qualidade, em quantidade suficiente. Nas sociedades modernas e opulentas, afirma Petrini, o desenvolvimento das ciências médicas e nutricionais, que o sedentarismo trouxe consigo, atingiu o nível máximo e a obsessão pela alimentação sadia tornou-se cada vez mais evidente. Por outro lado, nos últimos anos, as patologias alimentares se multiplicaram, e os culpados são o estilo de vida sedentário e a invasão da indústria alimentar, que reduziu grandemente a variedade e a qualidade da dieta. Nesse contexto problemático, se propagam, de um lado, a desnutrição e, do outro, a obesidade (PETRINI, 2009, p.89).

O alimento é o principal fator de definição da identidade humana, pois o que comemos é sempre um produto cultural. [...] O homem colhe, cultiva, domestica, desfruta, transforma, reinterpreta a natureza toda vez que se alimenta. [...] A comida é o produto de determinada região e suas vicissitudes, das pessoas que a povoam, sua história e relações que instauraram. [...] Contando histórias de comida contam-se histórias de agricultura, restaurantes, comércio, economias locais e globais, gostos e até fome (PETRINI, 2009, pp.44-45).

O prazer – a propósito do efeito homogeneizante das globalizações – é feito também da preservação de saberes e culturas, através da valorização da tipicidade de suas expressões gastronômicas e produtivas.

1.5.2 Comer, um ato político

Eu chamo de sociedade convivial aquela sociedade em que o instrumento moderno é utilizável pela pessoa integrada na comunidade, e não aquele cuja utilização está restrita a um corpo de especialistas que o mantém sob seu controle. Convivial é a sociedade em que prevalece a possibilidade para todos de usar o instrumento, para realizar seus intuitos. [...] O homem que encontra sua alegria no uso do instrumento convivial, eu o chamo de austero. [...] Austeridade, com efeito, não significa isolamento ou fechamento em si mesmo. Para Aristóteles, assim como para Tomás de Aquino, ela é o fundamento da amizade. Ao tratar do jogo ordenado e criador, Tomás define a austeridade como uma virtude que não exclui todos os prazeres, mas apenas aqueles que degradam ou dificultam as relações pessoais (ILLICH, 1973:2005, pp. 14-15, tradução nossa).

Como vimos, por intermédio da voz de seu fundador, ao reatualizar valores que parecem antigos – a convivialidade, a lentidão e a qualidade frente ao frenesi do produtivismo em grande escala –, ao reivindicá-los como novo *modus vivendi*, o Slow Food dialoga com alguns dos principais intelectuais críticos da contemporaneidade. Os ecos dessas ideias chegam também das reflexões fundamentais sobre a ligação entre uso de recursos e natureza/exercício da política.

Há disfunção do instrumento de subsistência quando o espaço, o tempo e a energia necessários ao conjunto dos instrumentos excedem as respectivas escalas naturais, afirmava Illich (1973). Essas escalas naturais podem ser identificadas. Elas definem em termos negativos e de proscrição o espaço dentro do qual o fenômeno humano pode ser observado. Neste sentido, pode-se falar de *homeostase* do homem em seu ambiente – um equilíbrio que

qualquer mal funcionamento do instrumento coloca em perigo – e definir a política como o processo pelo qual os homens assumem a responsabilidade por esta homeostase. A natureza da política, portanto, reside na responsabilidade humana frente ao uso equilibrado de meios equilibrados para com os recursos naturais (ILLICH, 1973).

Em direção análoga, a *homeotécnica* é definida por Sloterdijk como a forma de utilização de recursos, energias e instrumentos que “não quer nada diferente do que as coisas são ou que podem tornar-se por si mesmas” (apud GORZ, 2003:2003, p. 106, tradução nossa). Ela, por sua essência, avança apenas pela via da não violência e tem o dever de olhar para estratégias cooperativas, cointeligentes e coinformativas. É uma técnica que detém o caráter de cooperação, mais do que de um domínio sobre a matéria.

No entendimento do Slow Food, por meio da comida pode ocorrer o resgate do momento do debate público e político e, ao mesmo tempo, de sua centralidade. Pela comida pode haver a reconstituição do espaço da *ágora* (do *fórum*, ou praça), cuja erosão foi descrita de maneira icástica por Illich, Castoriadis e Bauman, entre outros. Por intermédio do alimento, assim como ele é proposto pelo Slow Food, transitaria algo semelhante ao que o sociólogo britânico Anthony Giddens denomina “política da vida” (GIDDENS, 1994; conceito equivalente ao de “subpolítica”, cunhado pelo sociólogo alemão Ulrich Beck). A origem dela está no aparecer, para o homem contemporâneo, de uma série de preocupações advindas das mudanças de *destradiconalização*, mais o desaparecimento da natureza (GIDDENS, 1994). Nosso relacionamento – na condição de indivíduos e humanidade como um todo – com o desenvolvimento social moderno se alterou, afirma o autor. Vivemos hoje em um mundo de incerteza artificial, feita dos riscos criados por evoluções vindas da nossa intromissão consciente em nossa própria história e das nossas intervenções na natureza. Os grandes riscos com os quais nos defrontamos hoje são de origem social (por isso a incerteza é artificial). Os riscos estão associados ao aquecimento global, à poluição, à desertificação em larga escala, ao rompimento do sistema econômico mundial, à superpopulação do planeta a “tecnopidemias” – doenças geradas por influência das tecnologias, como aquelas que produzem poluição do ar, da água ou dos alimentos.

Para o homem moderno, leigo, os riscos são especialmente preocupantes, porque ele está desprovido da possibilidade e dos meios para testá-los ou preveni-los. Vivemos em condição de constante luta e defesa para e por um futuro indefinido (e isso fica ainda mais perceptível se considerarmos que Giddens está escrevendo após a crise do *welfare state*). Junto com o rápido progresso tecnológico, contribui para tudo isso o processo de globalização. As influências globalizantes, afirma Giddens, são divisoras e unificadoras. No nível cultural,

expõem o indivíduo a forças diaspóricas: o *self* se torna um projeto reflexivo e a vida cotidiana ganha um caráter constantemente experimental. Cada vez mais, isso se dá em relação ao corpo e às escolhas que mais diretamente o envolvem, como a sexualidade, o vestuário, as terapias médicas e as formas de se alimentar (GIDDENS, 1994). A força das tradições e do hábito social e cultural, preponderantes até poucas décadas atrás, deixaram de exercer a sua autoridade – e a explosão de fundamentalismos não é mais do que uma reação social a essa contínua exposição à incerteza. A destraditionalização não só afeta o mundo social, mas também influencia a transformação da natureza e a forma como a pensamos. A tradição, como a natureza, escreve Giddens, costumava ser um contexto externo ou superior de vida social, algo que era dado e, geralmente, incontestável.

A política da vida é uma política de identidade e uma política de escolha. Uma das razões pelas quais os debates entre a direita e a esquerda tornaram-se, de maneira tão frequente, pouco atraentes para a população leiga é que eles simplesmente não abordam esses novos campos de ação. [...] A política da vida não é, ou não é só, uma política do pessoal. [...] As questões ecológicas e feministas são de grande importância nas lutas de política de vida, mas certamente não as esgotam. Em vez disso, pensar em termos de política de vida ajuda a explicar por que essas questões atingiram essa proeminência. Elas são reações e engajamentos em relação a um mundo no exato momento que a tradição deixou de ser tradicional e a natureza não é mais natural (GIDDENS, 1994:1996, p. 107).

O “não-poder-saber”, escreve Ulrich Beck (2007; 2011) nas páginas de *Sociedade de Risco*, se torna um componente inelidível da condição de sofrimento do homem moderno. Os três pilares da segurança falharam. O Estado, a ciência, a economia não conseguem mais produzir segurança e nomeiam o “cidadão consciente” seu herdeiro legal. Ao mesmo tempo em que, a partir de vulnerabilidades econômicas e desigualdades sociais, riscos e crises globais detonam conflitos, por outro lado, as ameaças globais parecem ser o motor de uma crescente consciência da globalidade: graças à perceptibilidade e comunicabilidade em escala mundial de determinados perigos, nascem novas “comunidades de destino” – e novas comunidades de *episteme* – junto com um novo estímulo à ação política transnacional. Desse modo, uma comunidade que se interroga e age em torno da questão da alimentação pode ser considerada como uma comunidade de *episteme*.

Para o Slow Food, a integração, dentro do alimento, das instâncias políticas de respeito ao trabalho, das funções socioeconômicas de produção e das diversas identidades culturais e locais, e da atenção para com o meio ambiente e os recursos naturais configura o encontro entre consumidores conscientes e entre consumidor e produtores. Esse encontro, aliás,

transformaria o consumidor em *coprodutor*, instituindo um momento de orientação triunívoca, entre produção, mercado e consumo. Isto garantiria a centralidade do produtor e favoreceria atos responsáveis de consumo crítico não passivo, dotados de forte carga política (PETRINI, 2009).

Como sugerido por William Berry, autor inúmeras vezes ecoado pelos escritos de Petrini, comer é um “ato agrícola”. E, portanto, um “ato político”:

Comer é um ato agrícola [...]. Entretanto, a maioria das pessoas que comem deixou de perceber essa verdade. Talvez pensem no alimento como produto agrícola. Porém não pensam em si mesmos como participantes de um processo agrícola. Pensam em si como consumidores. E quando se detêm para refletir, admitem ser consumidores passivos. [...]

O “comedor industrial” é, na verdade, alguém que não está consciente do fato que comer é um ato agrícola, que não conhece mais ou não imagina o vínculo entre o comer e a terra e que, por isso, é necessariamente passivo e acrítico. [...]

Quem come tem que entender que o ato de comer inevitavelmente é algo que acontece no mundo [...] e que nosso jeito de nos alimentar determina, em grande medida, o uso que fazemos do mundo (BERRY, 1990, pp. 145-149, apud ANDREWS, 2008:2010, p. 116, tradução nossa).

Pela comida e pelas escolhas que as pessoas – produtores e consumidores, governos, empresários ou simples cidadãos – fazem em torno da comida, passam sistemas de valores. O ponto crucial é a natureza complexa do alimento, “conceito que abrange questões de gosto e variedade, respeito pelo ambiente, pelos ecossistemas e pelos ritmos da natureza em geral, assim como o respeito pela dignidade humana” (PETRINI 2009, p.32). Assim, chegamos a uma concepção complexa e politicamente empenhada do alimento, de tudo o que está antes e depois dele, a montante e a jusante da prateleira de um mercado. O alimento, na proposta do Slow Food, passa a ser concebido como centro da troca e, por consequência, da sociabilidade. Este é o conteúdo tanto do conceito de “ecogastronomia” (PETRINI, 2009), como do lema *bom, limpo e justo*. As práticas que, na visão do movimento, podem se estruturar em volta do alimento o dotam da capacidade de resgatar a função histórica do *forum*, ou seja, da praça pública, espaço político e de socialização apto para a criação da comunidade, para a definição e circulação de bens relacionais (SCITOVSKY, 1976, 1986), de valores éticos e cívicos compartilhados – como vimos, os mesmos que os intelectuais das décadas passadas descrevem como deploravelmente perdidos ao longo da modernização industrial do mundo contemporâneo.

Devido ao conteúdo de seus princípios inspiradores, a sua ampla difusão mundial, ao empenho político e à abrangência, atualidade e relevância de temas e projetos propostos, o movimento Slow Food constitui um interessante fenômeno contemporâneo. Sua força e propagação, podemos concluir, são atribuíveis à capacidade que o movimento tem demonstrado de interceptar e dar respostas, ao longo dos anos, às inquietudes do mundo atual e à demanda por práticas de produção e consumo críticas e alternativas.

1.6 ESTRUTURA ATUAL DO MOVIMENTO

Com mais de 100.000 sócios no mundo, hoje o Slow Food é uma organização internacional, sem fins lucrativos, mantida por seus associados, que cria e desenvolve uma série de ações, graças a entidades estruturais que colaboram na implantação de seus projetos. Esta organização é o centro conector de uma rede. Dada a sua postura sem fins lucrativos, ela reinveste todos os seus ganhos e recursos financeiros nas atividades definidas em seus estatutos.

A sede central do Slow Food, com a maioria dos escritórios, está localizada em Bra (Piemonte, Itália), sua cidade de origem. O movimento age e se articula em três níveis: internacional, nacional e regional/local. Para isso, o Slow Food se compõe, atualmente, dos seguintes órgãos e entidades:

- Slow Food International (Slow Food Internacional)
- Associações Slow Food Nacionais
- Fundação Slow Food para a Biodiversidade
- Fundação Terra Madre (fundada em 2004 em apoio à rede do Terra Madre)
- Universidade de Ciências Gastronômicas-UNISG

O órgão Slow Food Internacional, sediado em Bra, planeja, coordena e promove o desenvolvimento do movimento em âmbito mundial, bem como as atividades dos vários escritórios nacionais. É gerenciado pela Diretoria Internacional, eleita a cada quatro anos no âmbito do Congresso Internacional Slow Food. A Diretoria é composta pelo presidente internacional, atualmente Carlo Petrini, três vice-presidentes e um secretário internacional, bem como pelos presidentes das associações nacionais principais (SLOW FOOD, 2008 , 2011; <www.slowfood.it>, acesso em: janeiro 2013).

A Diretoria Internacional é o maior órgão gestor institucional do Slow Food. A estrutura de governo do Slow Food Internacional se completa por um Conselho Internacional (que representa 31 países e/ou regiões do mundo e inclui um representante da Fundação Slow Food para a Biodiversidade e da Universidade de Ciências Gastronômicas). A Diretoria Internacional define as estratégias políticas e de desenvolvimento do Slow Food¹⁷ (<<http://www.slowfood.it/21/slow-food-internazionale>>, acesso em: outubro 2014).

Devido ao grande número de sócios, em alguns países já existem associações nacionais do Slow Food, isto é, seções locais, governadas por Diretorias Nacionais. Além da Itália, estas foram instituídas nos Estados Unidos, no Reino Unido, na Alemanha, na Suíça, na França, no Japão, na Austrália, na Holanda e, mais recentemente, no Brasil, no Quênia e na Coreia do Sul.

As associações nacionais dispõem de autonomia decisória, respeitando as orientações políticas estabelecidas pelo Slow Food Internacional – que é, por assim dizer, o órgão “mãe”. As associações nacionais coordenam as atividades do Slow Food no território nacional, acompanham os grupos de associados, organizam eventos e representam a referência principal para os membros do Slow Food daquele país. Elas desenvolvem a tarefa de coordenação de projetos e eventos de acordo com as necessidades dos respectivos contextos (SLOW FOOD, 2008), pois a articulação nacional de gestão, políticas e ações do movimento acontece, por sua vez, em nível:

- territorial ou local - incluindo cidades, bairros, vilas, pequenas áreas rurais etc.;
- nível regional - relativo a distritos administrativos maiores, como as regiões italianas, as unidades administrativas subnacionais ou conglomerações delas.

No caso da associação nacional Slow Food da Itália – denominada Slow Food Itália –, os órgãos nacionais de direção política, governo e controle são:

- a) Congresso Nacional
- b) Conselho Nacional
- c) Comitê Executivo;
- d) Presidente Nacional

¹⁷ Até outubro de 2014, no Slow Food Internacional, os cargos estavam assim distribuídos:

Presidente: Carlo Petrini (Itália) - Vice Presidente: Alice Waters (EUA) - Secretário: Paolo Di Croce (Itália) - Gabinete de Diretoria: Roberto Burdese (Itália), Katherine Deumling (EUA), Ursula Hudson (Alemanha), Joris Lohman (Holanda), Edward Mukiibi (Uganda) (cf. <<http://www.slowfood.it/21/slow-food-internazionale>>, acesso em: outubro 2014).

- e) Secretário Geral
- f) Conferência das Regiões
- g) Colégio Sindical
- h) Colégio dos Garantes¹⁸

Geralmente, os níveis diretivo e operacional de cada associação nacional se compõem de:

- a) Congresso;
- b) Direção, constituída por: Presidente, Comitê executivo, Conselho, Secretário Geral;
- c) Direção nacional, suprarregional, regional ou outra estrutura organizacional reconhecida;
- d) Convívium (cf. infra).¹⁹

O Congresso é o órgão deliberativo máximo do Slow Food e ocorre a cada quatro anos, por meio de um Regulamento específico elaborado para cada Congresso.

O Conselho é o órgão de direção política da associação e é eleito pelo Congresso respeitando as modalidades definidas pelo regulamento congressual. Na sua composição, é garantida a representatividade das áreas geográficas, do número de sócios, da rede Terra Madre e de grupos particularmente significativos, como jovens e povos indígenas. Participam do Conselho um representante da Fundação Slow Food para a Biodiversidade e um representante da Universidade de Ciências Gastronômicas. Os membros do Comitê Executivo são, por direito, membros do Conselho.

Em nível local, as unidades menores na base da associação são os grupos de sócios – produtores, chefes, estudantes, simples cidadãos etc. – conhecidos como Convívium (singular Convívium, do latim). Os 100.000 associados do Slow Food, hoje, formam mais de 1500 Convívium, espalhados no mundo. Cada Convívium é um núcleo local da filosofia do Slow Food e desenvolve suas atividades por meio de reuniões periódicas, compartilhando o prazer da convivência em torno de alimentos da culinária local, da construção de relacionamentos com os produtores, de campanhas em prol da proteção dos alimentos tradicionais, organizando

¹⁸ Fonte: Estatuto do Slow Food Itália, aprovado no Congresso de Riva del Garda, 9-11 de maio de 2014.

¹⁹ Fonte: Slow Food - Estatuto Internacional - Congresso de Turim, 2012.

seminários e degustações, divulgando entre chefes e donos de restaurantes a utilização de alimentos locais, promovendo campanhas de compras alimentícias éticas entre entes e instituições (escolas, hospitais etc.), chamando produtores para participar em eventos e feiras locais e internacionais, promovendo iniciativas e projetos de sensibilização dos consumidores e educação alimentar nas escolas (SLOW FOOD, 2008, 2011, 2013).

A educação sempre teve um papel central no que fazemos. Através da estimulação e treinamento dos sentidos, o Slow Food ajuda as pessoas a redescobrirem as alegrias do comer e a entender a importância de se preocupar com a origem dos alimentos, quem os produz e como é preparado (sic). O Slow Food tem programas educacionais para todos: crianças e adultos, associados e não-associados (<<http://www.slowfoodbrasil.com/educacao-do-gosto>>, acesso em: novembro 2014).

Tais intuítos resultaram no projeto Educação do Gosto, tendo o objetivo principal de educar os jovens para desenvolver suas habilidades sensoriais e ajudá-los a entender a importância do alimento como uma parte integral da cultura e da sociedade (<<http://www.slowfoodbrasil.com/educacao-do-gosto>>, acesso em: novembro 2014). O programa Educação do Gosto, do Slow Food, não se limita à simples classificação das qualidades nutricionais, mas enfatiza que o alimento significa, também, prazer, cultura e convívio.

O estilo educacional do Slow Food está baseado nas assim chamadas Oficinas do Gosto. Os programas escolares do Slow Food incluem o treinamento de professores, o oferecimento de momentos didáticos durante o horário curricular, assim como a contribuição para o melhoramento da merenda escolar e a criação de hortas escolares, para que os estudantes aprendam a cultivar plantas, a entender o ciclo das estações e a saborear o que eles cultivam (SLOW FOOD, 2008, 2011, 2013).

Em 2006, durante o Terra Madre, mais de 1.000 cozinheiros provenientes de 150 países se reuniram em Turim para construir as bases de uma aliança solidária com os pequenos produtores do mundo, tornando-se promotores e porta-vozes da agricultura *boa, limpa e justa*:

Durante o evento, foi confirmado o papel fundamental dos cozinheiros na proteção da biodiversidade agroalimentar: os cozinheiros são os melhores intérpretes de seu território e podem valorizar os produtos locais com sabedoria e criatividade, dando o devido valor aos

guardiões da biodiversidade (<<http://www.slowfoodbrasil.com/alianca-de-cozinheiros>>, acesso em: novembro 2014).

Em 2009, a associação nacional Slow Food Itália lançou o projeto da Aliança entre os cozinheiros e as Fortalezas Slow Food, com o objetivo de apoiar e divulgar os produtos Fortalezas, mas também de envolver o mundo da gastronomia na batalha para a defesa da biodiversidade, incentivando os cozinheiros a estabelecerem uma relação direta com os pequenos produtores e a oferecerem uma saída de mercado para as produções dos segundos.

Em abril de 2012, a rede italiana de cozinheiros e produtores e membros da associação Slow Food Itália se reuniram no Parque Regional da Maremma, na Toscana, para debater questões relativas ao futuro da gastronomia, ao papel dos cozinheiros no futuro da agricultura e da pesca e possíveis formas de colaboração ativa com todos os pequenos produtores (não apenas com os dos produtos dos projetos Fortalezas). A partir daquele ano, a Aliança conseguiu adesões na Holanda e no Marrocos e recebeu a solicitação de associações locais do Canadá, República Tcheca, Áustria, Suíça, França e México.

Durante o Conselho Internacional do Slow Food, ocorrido em Istambul, em 15 de junho de 2013, a assembleia estabeleceu que o projeto da Aliança entre cozinheiros, Fortalezas e produtores locais, para além da experiência inicial italiana, é um projeto estratégico para a associação e o movimento como um todo, também em nível internacional (SLOW FOOD, 2013).

Destarte, além das peculiaridades de cada grupo ou país, o núcleo das principais ações comuns realizadas pelos Convivia Slow Food no mundo consiste basicamente de:

- criação das Alianças de Cozinheiros Slow Food;
- identificação e sinalização de produtos para a Arca e as Fortalezas;
- realização de cursos de educação alimentar e criação das hortas escolares;
- realização de Oficinas do Gosto e de cursos de consumo responsável para jovens e adultos;
- implantação de Mercados da Terra;
- realização de eventos e manifestações circunstanciais (iniciativas contra o desperdício alimentar, visitas junto aos produtores, criação de Grupos Solidários de Compra-GAS, festivais etc.).

Em 2004, graças ao apoio das Autoridades Regionais de Piemonte e Emília-Romanha e das prefeituras locais, o Slow Food abriu o seu próprio centro de formação superior, a

Universidade de Ciências Gastronômicas-UNISG. Instituição privada reconhecida pelo Estado italiano, a UNISG possui duas sedes, o campus de Pollenzo, perto de Bra, e o de Colorno, na região de Parma (PETRINI, 2013; <<http://www.unisg.it>>, acesso em: março 2013).

Além dos órgãos oficiais que o estruturam, desde 2007, o movimento conta também com a Slow Food Youth Network (SFYN), a Rede Jovem de Slow Food, fundada em ocasião do V Congresso Internacional, na cidade de Puebla, México. Trata-se do network mundial dos sócios jovens (ativistas, chefes, estudantes, agricultores, produtores etc.), que praticam ativamente a filosofia do movimento realizando eventos e atividades peculiares²⁰. Em alguns países, entre eles o Brasil, já surgiram os subgrupos nacionais da SFYN.

Outros importantes canais de difusão do movimento são a editora oficial, a Slow Food Editore. Fundada em 1990, a editora publica, além de livros escritos por Carlo Petrini e outros membros apicais, livretos e manuais de divulgação, renomados guias de enogastronomia e turismo e textos de caráter científico, em particular nas áreas das ciências sociais e história – claramente, sobre alimentação, consumo e produção.

Na Itália, o movimento informa seus associados por meio da revista “Slow” e da publicação anual do *Bilancio Sociale* (balanço social).

Sócios e não-sócios do mundo inteiro podem conhecer números e detalhes do andamento, das atividades e dos projetos do Slow Food graças ao Almanaque, publicado todo ano, em vários idiomas e disponibilizado em formato digital.

Atualmente, os principais eventos internacionais que reúnem o povo do Slow Food – suas comunidades de produtores, consumidores, acadêmicos etc. – são o Cheese e o Slow Fish, além dos já mencionados Salone del Gusto e Terra Madre.

Inaugurados respectivamente em 1997 e em 2004, o Cheese é o salão internacional dedicado aos queijos e aos queijeiros e é realizado a cada dois anos em Bra; o Slow Fish é o equivalente para a pesca e acontece na cidade litorânea de Gênova, no norte da Itália (<<http://slowfish.slowfood.it/>>; <<http://cheese.slowfood.it/>>, acesso em: outubro 2014).

²⁰ Formalizada em 2008, a Rede de Jovens do Slow Food (Slow Food Youth Network - SFYN) reúne grupos de jovens membros do Slow Food em uma rede internacional. Ela foi fundada para familiarizar os mais novos com a filosofia do movimento. Hoje, os vários grupos locais ou nacionais criam, de forma independente, eventos originais destinados a aumentar a conscientização sobre questões alimentares (<<http://www.slowfoodyouthnetwork.org/>>; <<http://www.slowfoodbrasil.com/rede-jovem-slow-food>>, acesso em: janeiro 2015).

1.7 PERSPECTIVAS E PROJETOS ATUAIS

Mesmo mantendo vivas todas as principais atividades iniciadas no passado e descritas até aqui, hoje, o Slow Food está concentrando a sua ação em algumas frentes prioritárias. No panorama europeu e italiano, há algum tempo, o movimento está politicamente empenhado na luta contra a introdução de cultivos de organismos geneticamente modificados. O Slow Food Itália, desde 2007, faz parte da coalizão *ItaliaEuropa-LIBERI DA OGM*, que reúne as maiores organizações e associações de categoria da agricultura, comércio e distribuição, artesanato, micro e pequenas empresas, consumidores, ambientalismo e cooperativismo internacional (cf. <<http://www.liberidaogm.org>>, acesso em: outubro 2014). Para o mesmo objetivo, desde março de 2014, o Slow Food Itália participa na *Task Force per un'Italia libera da Ogm*, integrada pelas principais associações de agricultores orgânicos, consumidores e ambientalistas – entre elas WWF e Greenpeace – e de parlamentares de diversas procedências (<<http://www.slowfood.it/litalia-non-vuole-gli-ogm>>, acesso em: dezembro 2014).

Sempre no âmbito das políticas da União Europeia, o Slow Food tem participado ativamente no processo de elaboração das legislações comunitárias que interessam a agricultura e o setor alimentar, como no caso da reforma da Política Agrícola Comum (cf. par. 3.5.3.2), entre 2012 e 2013 (PETRINI, 2013; <<http://www.slowfood.com/sloueuropa/it/appello-di-carlo-petrini-sulla-riforma-pac-ai-parlamentari-europei>>, acesso em: dezembro 2014).

Em âmbito internacional, outro tema atual que vê o engajamento ativo do Slow Food é a luta contra o *land grabbing*, a grilagem da terra, tema especialmente quente na África e América Latina (<<http://www.slowfood.com/landgrabbing>>, acesso em: novembro 2014).

No que diz respeito à evolução dos projetos de Slow Food no mundo, a rede do Terra Madre vem crescendo. Hoje em dia, além do Terra Madre Day, celebrado anualmente no dia 10 de dezembro com eventos no mundo inteiro, já se realizam encontros Terra Madre locais, meetings nacionais e regionais das comunidades do Terra Madre (por exemplo, em 2007, em Brasília, foi realizado o primeiro Terra Madre Brasil, cf. cap. 2).

Em 2011, em Jokkmokna (Suécia), na região do povo Sami, foi realizado o primeiro Terra Madre Indigenous People, especialmente dedicado a comunidades, produtores e questões indígenas. Soberania e segurança alimentares, autodeterminação e defesa da biodiversidade são alguns dos temas aos quais o Slow Food se declara mais sensível. A segunda edição do evento está prevista para novembro de 2015 e acontecerá em Meghalaya, no nordeste da Índia (PETRINI 2013; <<http://www.terramadre.info/en/meetings/>>, acesso em: novembro 2014).

Após a considerável difusão e o forte enraizamento já conseguidos nos países da América Latina, o alvo prioritário para o Slow Food do novo milênio é, sem dúvida, o continente africano. Terra atormentada, considerada lugar chave para as possibilidades de sobrevivência da humanidade futura, objeto privilegiado de grande atenção e muitas energias – midiáticas e operacionais –, a África é protagonista do projeto Slow Food hoje mais em evidência: A Thousand Gardens in Africa (Mil Hortas na África), era seu nome original, atualmente já transformado em Ten Thousand Gardens in Africa.

O projeto visa criar, junto com as comunidades locais, modelos concretos de “agricultura sustentável, atentos às diversas realidades (ambiental, socioeconômica e cultural) e que possam ser replicados facilmente”, como afirmado na página oficial do projeto (<<http://www.slowfoodbrasil.com/educacao-do-gosto/projeto-mil-hortas-na-africa>>, acesso em: outubro 2014). Ele prevê a realização de:

- hortas escolares: cultivadas pelos alunos junto com seus professores;
- hortas comunitárias: administradas por uma comunidade que compartilha trabalho e produtos;
- hortas familiares: grupos de hortas administradas pelas famílias, que fazem parte de uma comunidade.

Para isso, a campanha do Slow Food se ocupa de financiamento e arrecadação de fundos (por exemplo, adoções a distância das hortas), apoio técnico com missões *in loco*, acompanhamento e difusão de material informativo (SLOW FOOD, 2013, 2014).

O projeto se insere, como ferramenta operacional, dentro de um plano de ajuda mais amplo, em prol do qual o movimento trabalha apoiando as 364 Comunidades do Alimento, as 30 Fortalezas, os 84 produtos registrados na Arca do Gosto e os 100 Convívios até hoje surgidos no continente africano (PETRINI, 2013; <www.slowfoodfoundation.com>; <<http://www.slowfoodbrasil.com/educacao-do-gosto/projeto-mil-hortas-na-africa>>; acesso em: janeiro 2014;)

A cifra de dez mil caracteriza também a recente e vigorosa retomada do projeto Arca do Gosto.

Em outubro de 2012, em Turim, durante o Congresso Internacional do Slow Food, foram renovados os órgãos diretivos da associação, incorporando muitos membros das Comunidades do Alimento do Terra Madre e ampliando muito a representação internacional [...]. Conquistado pela variedade de pessoas, nacionalidades, culturas, idades, profissões e etnias presentes naqueles dias em Turim [...], eu desejava fazer com que essa diversidade representasse de forma ainda mais

substancial a verdadeira alma do movimento, que fosse liberada em toda sua maravilha e poder. Assistia extasiado às apresentações que traziam as vozes de comunidades e pessoas dos cinco continentes, das realidades urbanas hiper-antropizadas assim como das regiões rurais mais remotas. [...]. Assim resolvi “resgatar” a Arca do Gosto [...] e propus torná-la, de novo, um dos projetos chave para o futuro, fixando um objetivo bem definido: carregar nela 10.000 produtos (hoje estamos com cerca de 1200) até 2016 (PETRINI 2013, pp. 74- 75, tradução nossa).

Junto com renovadas e insistentes chamadas aos participantes do Slow Food para que sejam sinalizados eventuais alimentos a serem preservados, a urgência de tutelar produtos e alimentos ameaçados de extinção é testemunhada também pela enorme arca de madeira colocada no meio do pavilhão do último meeting Terra Madre (2014), equipada com centenas de frutos, sementes, grãos, castanhas, hortaliças, bebidas vindos do mundo inteiro (Figura 3).



Figura 3. Turim, outubro de 2014, Salone del Gusto e Terra Madre: a Arca do Gosto com seus produtos, no centro do pavilhão do Terra Madre (foto da autora).

Atenção prioritária ao continente africano, meta de 10.000 hortas, de 10.000 produtos na Arca até 2016, alerta para a emergência de extinções e perdas: estes são os traços salientes do perfil hodierno do movimento. Perfil que, segundo a definição dada por Carlo Petrini, determina a versão renovada do movimento, “a que um perito em informática chamaria de Slow Food 2.0” (PETRINI, 2013, p. 75, tradução nossa). Perfil que, como veremos mais à frente, suscita algumas críticas às linhas adotadas pela liderança do movimento por parte dos associados. Entretanto, o Slow Food 2.0 está vivendo uma fase de efervescência, marcada pela

constante catalisação das atenções midiáticas – cúmplice da onipresença da comida como tema de atualidade – e por parcerias importantes²¹.

No dia 15 de maio de 2013, o Slow Food Internacional e a FAO assinaram um acordo de colaboração, com o objetivo de desenvolver ações conjuntas para promover sistemas agrícolas inclusivos, em nível local, nacional e internacional, e para melhorar a condição dos pequenos agricultores e dos trabalhadores rurais. O acordo, assinado na sede da FAO em Roma, prevê a cooperação das duas organizações para criar campanhas de sensibilização, reforçar redes regionais e globais e promover o Ano Internacional da Agricultura Familiar (2014). A ênfase está no valor dos alimentos locais e das variedades agrícolas subutilizadas, assim como na redução do desperdício, na tutela do bem-estar animal e no fortalecimento da acessibilidade aos mercados por parte dos pequenos produtores²². Para isso, o Slow Food se empenha em contribuir por meio de ações de pesquisa, salvaguarda e valorização de alimentos e dos patrimônios de práticas e saberes culinários tradicionais, em trabalhar para consolidar organizações e cooperativas de agricultores familiares e em oferecer suporte técnico para a melhoria de aspectos práticos (embalagem, rotulagem, distribuição e comercialização dos produtos). Possivelmente, a colaboração interessará também projetos já existentes, como a iniciativa *Hunger-Free Africa*, ativa em Angola, Etiópia, Malawi e Níger, e na qual participam a União Africana da FAO e o brasileiro Instituto Lula (FAO 2013; FONDAZIONE SLOW FOOD 2013; SLOW FOOD BRASIL 2013)²³.

²¹ É recente o evento, abundantemente ecoado pela imprensa, de um longo telefonema por meio do qual o atual pontífice Papa Francisco declara ao fundador Carlo Petrini seu apoio ao Slow Food. Não faltaram vozes não confirmadas sobre a ideia de um projeto juntos (cf. o artigo do Instituto Humanitas Unisinos intitulado “Carlo Petrini, um revolucionário que agora anuncia um projeto junto ao papa Francisco” de 23 de abril de 2014, disponível em: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/530538-carlo-petrini-um-revolucionario-que-agora-anuncia-um-projeto-junto-ao-papa-francisco>>, acesso em: dezembro 2014; e a matéria assinada por Giuseppe Salvaggio, “In papa Francesco un alleato di Slow Food in Vaticano”, publicada no site do jornal italiano La Stampa em 2/03/2014, disponível em: <<http://vaticaninsider.lastampa.it/news/dettaglio-articolo/articolo/francesco-francisco-petrini-32425/>>, acesso em: dezembro 2014).

²² Em ocasião da assinatura do documento de colaboração, o Diretor Geral da FAO, José Graziano da Silva, disse: “Slow Food e a FAO compartilham a mesma visão de um mundo sustentável, livre da fome e que tutela a biodiversidade em benefício das gerações futuras. O acordo de hoje nos permitirá pôr em prática uma série de iniciativas conjuntas importantes e nos traz um passo mais perto para o mundo que queremos” (FAO, 2013, s.p., tradução nossa).

²³ Slow Food e FAO, junto com o Ministero degli Affari Esteri (Ministérios das Relações Exteriores) italiano, já em 2012 colaboraram para a realização de um projeto em Guiné Bissau, Mali, Senegal e Serra Leoa, para a promoção dos produtos da tradição e da biodiversidade da África ocidental (FAO, 2013; SLOW FOOD BRASIL, 2013; FONDAZIONE SLOW FOOD PER LA BIODIVERSITÀ, 2013).

Cronologia essencial da história do movimento Slow Food

- 1986** - Nasce a associação Arcigola.
- 1989** - No Opéra-Comique de Paris, com a subscrição do *Manifesto*, nasce o movimento internacional Slow Food.
- 1990** - I congresso do Slow Food em Veneza.
Nasce Slow Food Editore, com a publicação inaugural do guia *Osterie d'Italia*.
- 1992** - A associação nacional Slow Food Deutschland abre sua própria sede na Alemanha.
- 1993** - A associação nacional Slow Food Suíça abre sua sede em Zurich.
- 1996** - Em novembro, durante a primeira edição do Salone del Gusto Torino, é apresentado o projeto Arca do Gosto.
- 1997** - O congresso *Dire fare gustare* marca o começo do projeto de educação alimentar e do gosto do Slow Food.
É realizada, em Bra, a primeira edição do evento Cheese -Le forme del latte.
- 1999** - O Slow Food lança um abaixo-assinado para a defesa do patrimônio enogastronômico italiano, pedindo a revisão das normas da União Europeia em matéria de HACCP (metodologia de controle sanitário).
Durante o Congresso do Slow Food Austrália, pela primeira vez, o Slow Food se autointitula movimento eco-gastronômico.
- 2000** - Nasce o projeto Fortalezas
O Slow Food USA abre sua própria sede em Nova York.
Primeira edição, em Bolonha, do Prêmio Slow Food para a Defesa da Biodiversidade.
- 2001** - O Slow Food lança a campanha *No gm Wines*, contra a comercialização, na Europa, de videiras transgênicas.
É lançado o *Manifesto in difesa dei formaggi a latte crudo*, documento em defesa dos queijos de leite cru.
- 2003** - É instituída a Fundação Slow Food para a Biodiversidade.
Nasce a associação nacional Slow Food France
- 2004** - A FAO reconhece oficialmente o Slow Food como organização sem fins lucrativos com a qual instaurar relações colaborativas.
É inaugurada a Agência de Pollenzo (Piemonte, Itália) para hospedar uma sede da Universidade de Ciências Gastronômicas.
É realizada, em Gênova, a primeira edição de Slow Fish, evento dedicado à pesca.
Primeira edição de Terra Madre. Participam cerca de 5000 delegados de 130 países do mundo.
- 2007** - O Slow Food adere à coalizão *ItaliaEuropa-Liberi da ogm*.
Em Brasília, é realizada a Primeira Edição do Terra Madre Brasil.
De 8 a 11 de novembro, na cidade de Puebla, México, acontece o V Congresso Internacional do Slow Food, que reúne 600 delegados do mundo inteiro.
Em ocasião do Congresso de Puebla, nasce a Slow Food Youth Network.
- 2008** - Bolonha hospeda a primeira edição do *Slow Food on Film*, festival internacional de cinema e comida.
O Slow Food e a Fundação Slow Food para a Biodiversidade inauguram, em Montevarchi (Toscana), o projeto Mercados da Terra, rede mundial de feiras de pequenos agricultores.
- 2009** - Para o aniversário de 20 anos do Slow Food, no dia 10 de dezembro, em 150 países, mais de 2000 Comunidades do Alimento e cerca de 200 000 sócios celebram o primeiro Terra Madre Day.
- 2010** - Edições nacionais do encontro Terra Madre são realizadas no Brasil, na Argentina, na região dos Bálcãs, na Geórgia, na Coreia, no Cazaquistão e no Azerbaijão.
- 2011** - Parte o projeto Mil Hortas na África.
- 2013** - O Slow Food e a FAO assinam um acordo de colaboração. Nasce a associação nacional Slow Food Brasil.

2 O SLOW FOOD NO BRASIL

2.1 O MILHO E OS KRAHÔS: PRÊMIO SLOW FOOD PARA A BIODIVERSIDADE

Em 1995, lideranças indígenas Krahô reunidas na União das Aldeias Krahô (Kapèy), pela intermediação do indigenista da FUNAI Fernando Schiavini, procuraram as câmaras de conservação de semente da Embrapa, em Brasília²⁴. Lograram localizar sementes de quatro variedades de um milho antigamente cultivado pelo grupo, porém perdido; um milho acinzentado, doce e macio, relacionado com rituais, danças, mitos, jejuns e momentos salientes do calendário Krahô, que a partir da década de 1960 fora substituído por variedades híbridas de arroz, distribuídas aos índios de acordo com as políticas indigenistas da época.

Graças à colaboração e ao apoio técnico da Embrapa, os Krahôs reintroduziram o cultivo do milho antigo, chamado *pôhypey*. A iniciativa teve importantes repercussões, desde vários pontos de vista.

A Fundação Getulio Vargas, em 1998, atribuiu ao povo Krahô o prêmio máximo do Programa Gestão Pública e Cidadania.

A Embrapa, com o apoio da FUNAI, assinou com o povo indígena Krahô o primeiro contrato e a primeira anuência prévia brasileira para acesso a recursos genéticos e ao conhecimento tradicional associado, respectivamente em 2002 e em 2004²⁵. A partir de então, a Embrapa realizou pesquisas, ações de transferência de tecnologia, estudos etnobotânicos e etnobiológicos e atuou em prol da segurança alimentar dos Krahôs (EMBRAPA, 2002).

A partir de 1998, foram realizadas oito Feiras de Sementes, com a participação de mais de 2000 indígenas, Krahôs e representantes de outros povos. Segundo referido por fontes da Embrapa, na época, a Feira dos Krahôs era o maior evento de troca e de promoção de agrobiodiversidade indígena do Brasil.

Em 2003, a equipe técnica do Slow Food, então coordenada por Roberto Burdese, teve oportunidade de conhecer o trabalho dos Krahôs com a Embrapa por meio de uma reunião

²⁴ O povo indígena Krahô, grupo timbira, tronco linguístico Macro-Jê, habitava o território denominado kraholândia: área que compreende as fronteiras entre os estados do Maranhão, Piauí e Tocantins. Hoje consta de cerca de 3000 indivíduos em 28 aldeias numa área de 302.500 ha, no nordeste de Tocantins (MELATTI, 1978, 1987; EMBRAPA, 2003).

²⁵ Edição do texto integral de Legislação Brasileira de Acesso a Recursos Genéticos e Repartição de Benefícios, realizada em 2010 pela Embrapa, disponível em: <<http://www.alice.cnptia.embrapa.br/handle/doc/853985>> e <<http://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/853985/1/LegislacaoAcessoRecursosGeneticosERRATA.pdf>>, acesso em: novembro 2014. O documento foi redigido no âmbito do Programa Biodiversidade Brasil-Itália.

ocorrida no Ministério Especial de Segurança Alimentar (MESA). Dois representantes da Embrapa, sob pedido do Chefe de Gabinete do então Ministro Graziano da Silva, fizeram uma exposição detalhada da história de resgate e reintrodução da semente de milho em área Krahô. A iniciativa chamou imediatamente a atenção dos membros do Slow Food, que a indicaram para o Prêmio Slow Food para a Biodiversidade de 2003. Em novembro do mesmo ano, um representante do povo Krahô, Getulio Orlando Pinto, e Fernando Schiavini subiam ao palco do prestigioso Teatro San Carlo de Nápoles para receber o prêmio²⁶. Do palco, Getulio Orlando Pinto disse:

“Não tenho palavras para agradecer, tudo isso era inimaginável. Sinto-me imensamente feliz, e quando nós, Krahôs, estamos felizes, exprimimos os nossos sentimentos com um canto. Por isso, deixem-me cantar para vocês, por favor”. E, apanhando de surpresas os organizadores do cerimonial, deu início a um intenso canto tribal, por cerca de três minutos, sem nenhum acompanhamento. Poucos conseguiram controlar a emoção [...]. (apud PETRINI, 2009, p. 237)

O milho pôhpey foi um importante canal de ingresso e contato institucional para a incipiente aventura do Slow Food no Brasil.

Terezinha Dias, da Embrapa Recursos Genéticos e Biotecnologia, é uma das protagonistas desses eventos. Ela nos contou a história durante uma rica entrevista realizada na sede da Embrapa de Brasília:

Essa procura foi fruto do movimento interno que vinha acontecendo nos Krahôs. É uma etnia que sofreu muito com perda de materiais genéticos tradicionais, com descaracterização da agricultura tradicional, por conta de interação e de programas do governo. Teve uma época em que o Serviço de Proteção ao Índio, a antiga FUNAI, chegou em várias comunidades indígenas e falou: não se preocupem, o governo vai cuidar de vocês.

Isso tudo desestruturou muito as comunidades. O povo Krahô passou por um processo que é chamado movimento messiânico. Teve um movimento em que eles achavam que eram incapazes. Eles achavam que o deus não tinha dado nada para eles. Diziam: “Eles – que são os não-indígenas – eles têm roupa, nós somos muito pobres, nós não temos nada”. E marcaram um dia para que o deus viesse e os transformasse em brancos. [...] Eles começaram a negar a sua cultura [...]. Depois o movimento messiânico enfraqueceu e, nos anos noventa, começaram a se organizar em forma de associativismo.

²⁶ Fontes:

<<http://cerca.unita.it/ARCHIVE/xml/105000/101558.xml?key=staino&first=11&orderby=1&f=fir>>;
<<http://www.slowfood.it/comunicati-stampa/una-giuria-internazionale-di-700-esperti-assegna-i-premi-speciali-slow-food-per-la-difesa-della-biodiversita>>, acesso em: novembro de 2014

Na década de noventa, mediado por um indigenista, Fernando Schiavini, que faz parte dessa história, montaram uma associação, o primeiro esforço de associativismo, chamada Associação Kapèy, que é a união das aldeias Krahô. Em 1993 montaram essa associação. Reunidos diversos caciques – na época eram quinze aldeias só, hoje já são quase vinte e oito, mas em 1995, 1994, 1993, por aí, eram quinze aldeias – se organizaram na associação. [...] O Fernando Schiavini ficou sabendo que aqui na Embrapa existiam bancos de sementes, coleções.

Em 1994, ele falou para os indígenas: “Vamos fazer uma visita lá”. Porque, nessas discussões que estavam acontecendo, os Krahôs lembraram de um tipo de milho que fazia parte da história deles, da tradição.

Mediados por esse indigenista, começaram a discutir da época em que a agricultura deles era mais forte. Nessa reunião, no primeiro encontro dessa Kapèy, sentaram e falaram: “Nós estamos mais fracos. O que está acontecendo conosco? A gente perdeu muitas plantas que faziam parte da nossa agricultura. O que está acontecendo conosco? Cadê as sementes que a Katikoy nos trouxe?”.

A da Katikoy é a história da origem da agricultura Krahô. É uma história linda. É uma estrela, a Katikoy, que se faz mulher e se apresenta para um índio muito solitário, um homem que já estava ficando velho, nem uma moça queria ele. Ele olha para o céu, reza, a Katikoy desce do céu, desce uma estrela que se faz mulher. Essa estrela fala para ele: “Olha, vou ficar contigo, vou ser sua amante, mas ninguém pode me ver. Me esconde na cabaça. E quando sentir saudade de mim me chama, mas não deixa ninguém olhar na cabaça”. A cabaça é onde se guarda a semente. É o mistério da agricultura. A irmã dele, que era muito curiosa, abre essa cabaça. A Katikoy fica muito triste, aparece para a aldeia toda e para ele e fala: “Você deixou me ver. Vou ter de voltar para o céu. Vou deixar um presente para você, para o seu povo” e aí entrega o milho. Entrega todas as sementes.

O que tinha na origem? Tudo o que é deles mesmo, da tradição, as sementes tradicionais, é o “pey”, no final. Então, “pôhy” é o híbrido, é o milho híbrido, não é o nosso. “Pôhypey” é o milho da tradição. Entendeu? Quando é da tradição é o pey”. Pey é o legal, o bacana, o nosso. Por exemplo, se eles vão te cumprimentar na aldeia eles vão falar: ‘inpey’, tudo bem, tudo legal? [...]

Eles perderam várias variedades, não só do milho, que a estrela trouxe. Esse milho que a estrela trouxe está ligado ao jejum alimentar. Esse milho faz parte de um jejum que dá a força do povo Krahô. É um jejum do homem. Quando a mulher vai parir, o homem tem de entrar no jejum com o milho pôhypey, lá pelo sétimo mês, porque da saúde ao filho. Quando o filho nasce, quando o umbigo da criança cai, ele começa a sair do jejum e vai voltando a comer as coisas de sempre. [...] Então, tem a ver com as restrições alimentares.

Do nosso lado, nós, a Embrapa, estávamos aqui. E aqui tem um banco de germoplasma constituído a partir da década de setenta num grande esforço de conservação ex situ, que se chama. Os Krahôs estiveram aqui acompanhados pelo indigenista. Nunca esse banco foi aberto.

A função dele não é abrir para a comunidade, porque ele é o centro de uma rede de bancos. Chama-se coleção de base, é como se fosse um núcleo fechado. Aqui é o núcleo. São os outros, os Bancos Ativos que têm a função de promover o uso para a sociedade – e usa, na verdade, para os programas de melhoramento da Embrapa. [...] Hoje estamos num movimento forte para que esses bancos se abram mais para a sociedade, porque está no Plano Nacional de Agroecologia, está no PLANAPO. O plano no Brasil é a efetivação do cumprimento da Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica.

O caso foi o seguinte: em 1994, chega o indigenista acompanhado de lideranças. As pessoas que aqui estavam se sensibilizaram tanto com a situação e com o caso. Na época, os gestores, estou falando, as chefias, foram tão sensíveis à história da Katikoy que abriram o banco. Aí tem essa foto aqui, está pequenininha (Terezinha mostra a foto de uma revista, NdA), que é o Krahô achando o milho, reconhecendo o milho dentro da câmara. É uma câmara fria com menos vinte graus, 11% de umidade.

Nós temos um cadastro de todo material que entra. Então, a gente tinha a referência, de onde o saco da semente reconhecida foi coletado: terra indígena Xavante. Esse milho que a gente deu ao Krahô, a Embrapa tinha coletado na década de setenta em terra Xavante (no Mato Grosso, NdA.). [...]

Localizaram o milho aqui. Foi em 1994. No final de 1994, levaram pouca semente, porque não podíamos tirar muito. Daqui não podia tirar muito, porque isso aqui não é nem para abrir. A quantidade de semente guardada aqui é pouca. Então, eles levaram pouquíssimos. Demos três, quatro sementinhas por aldeia, porque não tinha mais para dar. Abriam uma exceção. Cada cacique pegou e plantou três, quatro sementinhas. Em 1995, os Krahôs plantaram. Em 1995 chegam de novo os índios aqui com um saquinho. “Olha – falaram – vocês guardaram para a gente. Foi muito bom. Vocês têm muito pouco aí. Pega aqui”. Isso sensibilizou uma estrutura que tradicionalmente não trabalhava com indígenas. Brinco muito e digo que os Krahôs meteram uma flechada na porta do banco de germoplasma, mas com muito jeitinho. [...]

De 1995 até 2000, foi construída a primeira Legislação Brasileira de Acesso a Recursos Genéticos e Repartição dos Benefícios²⁷. Esse contrato foi construído antes de o Brasil ter um arcabouço jurídico próprio relacionado à Convenção da Diversidade Biológica.

Os Krahôs contaram essa história na Fundação Getúlio Vargas e ganharam em primeiro lugar, concorrendo com seiscentos projetos no Prêmio Gestão Pública e Cidadania, em 1998. [...] Em 1997, eles fizeram a primeira feira de troca de sementes. [...] A feira começou a acontecer uma vez por ano, depois a cada dois anos e, finalmente, decidiram que vai ser a cada três. Essa feira reúne cerca de duas mil pessoas. A última edição foi no ano passado (2013, NdA).

²⁷ Trata-se da Legislação Brasileira de Acesso a Recursos Genéticos e Repartição de Benefícios (cf. nota 25 deste capítulo).

O Slow Food chegou em 2003. Acompanhei um diretor da Embrapa numa reunião: estava o Gabrio Marinozzi (um técnico italiano que estava trabalhando no Brasil como consultor, cf. infra, NdA), tinha várias pessoas do Slow Food. Não lembro direito quem deles estava na reunião. Era na antessala do Graziano (José Graziano da Silva, o então Ministro do MESA - Ministério Extraordinário da Segurança Alimentar e combate à Fome, atual Diretor Geral da FAO, NdA), mas ele não estava. O Carlyle²⁸ estava e o Gabrio Marinozzi estava como tradutor. No começo, a conversa caminhou muito sobre a problemática da fome na América Latina. Depois de conversar muito é que comecei a entender, de várias traduções, o que era o Slow Food. O Gabrio Marinozzi falou: “Terezinha, eles estão querendo que você conte a história da Embrapa, o que aconteceu, como os Krahôs buscaram a Embrapa, o que significa esse milho”.

E eu comecei a contar.

[...] O pessoal se interessou tanto que eles mesmos inscreveram o caso do milho para o Prêmio Slow Food Biodiversidade. Tomaram a iniciativa. Fomos informados que tínhamos sido selecionados e que vinha um avaliador para cá. Foi a primeira vez que foi indicado para o Prêmio Slow Food um caso do Brasil. O Slow, para o prêmio, manda pessoal para o mundo inteiro para fazer entrevistas. As histórias que eles acham interessantes de valorização da alimentação tradicional, eles mandam repórteres que vão na comunidade, para ouvir e escrever tudo, se é verdade. O Krahô ganhou esse prêmio porque o rapaz veio e escreveu. Tem foto disso aqui. Muito legal. Tem foto dos Krahôs em Nápoles, recebendo o prêmio. [...]

É muito entremeadado o início do Slow Food no Brasil com a história dos Krahôs.

Segundo declarado pela entrevistada – confirmado por todas as entrevistas sucessivas –, entre os fatores que favoreceram o ingresso do Slow Food no Brasil, o principal é representado pela circunstância histórico-política específica: as oportunidades abertas pelos programas e as políticas públicas iniciadas, ou fortalecidas, a partir do primeiro mandato do presidente Luiz Ignácio Lula da Silva e de seus ministros (especialmente o Ministro do MESA José Graziano da Silva).

2.2 A CHEGADA DO SLOW FOOD

Sem dúvida, uma dos primeiros pioneiros do conhecimento e da prática da filosofia Slow Food, especialmente no que diz respeito ao apoio aos pequenos produtores, no Brasil, foi

²⁸ Carlyle Ramos de Oliveira Vilarinho, na época Chefe de Gabinete do Ministro Extraordinário de Segurança Alimentar e Combate à Fome Graziano da Silva, hoje líder do Convívium Slow Food Brasília.

a chefe de cozinha Margarida Nogueira. Ela viajou em 1999 para a Itália, conheceu a rede de sócios e encontrou líderes do Slow Food. Ao voltar para o Brasil, criou o Convívium do Rio de Janeiro, em 2000, o primeiro do Brasil.

Portanto, o movimento era conhecido no Brasil já desde antes de 2003, isto é, do ano do prêmio aos Krahôs, e algumas pessoas, espalhadamente, por conhecimento e iniciativa pessoais, já tinham aderido.

Porém, foi essencialmente durante os dias dos eventos que levaram à premiação do trabalho dos Krahôs com o milho *pôhypey* que o encontro entre o Slow Food e o Brasil viveu momentos salientes.

Humberto Oliveira, Secretário de Desenvolvimento Territorial (SDT) do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), na época dos fatos, e hoje membro da Associação Nacional Slow Food Brasil, conta:

A chegada do Slow Food aqui no Brasil remonta ao início do governo do Presidente Lula, quando, em 2003, chegou uma comitiva de representantes de várias organizações não governamentais e do Terceiro Setor da Itália, oferecendo ao Presidente da República um apoio ao Programa Fome Zero, que havia sido recém-anunciado e estava em fase de estruturação. O Fome Zero tinha chamado a atenção não só de toda a sociedade brasileira, como foi um tema bastante divulgado mundialmente. A priorização de um programa que levasse os brasileiros a comer três vezes ao dia e que solucionasse esse problema grave, na sociedade brasileira, de milhões de pessoas que não tinham acesso à comida despertou o interesse de vários setores.

Aqui no Brasil, havia um histórico muito importante de relações entre CUT (Central Única dos Trabalhadores, NdA), Partido dos Trabalhadores e movimentos sociais e políticos de esquerda na Europa, principalmente na Itália. Então, esse grupo da Itália chegou oferecendo apoio de cooperação técnica ao governo. [...]

A missão, composta por representantes de vários entes (mundo das cooperativas, Slow Food, comércio justo, projetos de cooperação das Regiões italianas, governos e autoridades regionais italianas etc.), foi recebida pelo Presidente da República. Entre as pessoas do governo que receberam a missão italiana estava o então Ministro do MESA, José Graziano da Silva. O Ministro entendeu a proposição e identificou que uma parte da oferta de apoio estava relacionada com o Ministério do Desenvolvimento Agrário. Portanto, a missão foi posta em contato com a Secretaria de Desenvolvimento Territorial do MDA - uma secretaria nova, surgida com o tema "O Desenvolvimento Rural com Enfoque Territorial.

A proposta do Slow Food casava muito bem com o enfoque que a Secretaria ia desenvolvendo na época: trazer o tema da comida, da gastronomia, do conhecimento sobre a produção de alimentos – mas também sobre processamento dos alimentos e a relação de tudo isto com os aspectos culturais – para dentro de ações de desenvolvimento rural e territorial. Assim surgiu o vontade de formar uma parceria.

A Secretaria fez imediatamente uma proposta objetiva para os membros da missão Slow Food: deixar um técnico italiano que pudesse ajudar a estruturar, no Brasil, a proposta e os projetos do movimento. Era necessário iniciar a identificação de possíveis Comunidades do Alimento, compreender melhor a ideia da Arca do Gosto e das Fortalezas para começar a implementação de projetos locais.

Foi decidida a permanência de Luigi Eusebi, um técnico italiano que já conhecia o Brasil e já tinha relações com entidades ligadas ao comércio justo, no Brasil e na Itália. Logo depois, entrou o Gabrio Marinozzi, italiano, especialista em valorização de produções alimentícias de qualidade e formas de organização dos produtores, que já estava trabalhando no Brasil como consultor do MDA (Gabrio substituiu Luigi como técnico na função de assessor).

Um ponto marcante desse processo foi a realização do primeiro Terra Madre, em 2004: uma comitiva bastante numerosa de agricultores familiares brasileiros foi para a Itália, para participar no evento. Entre os países convidados, a brasileira foi a segunda maior comitiva no Terra Madre: no total, foram 150 brasileiros. A principal “estrela” do governo brasileiro, nesse primeiro Terra Madre, foi o Frei Betto, que pronunciou um discurso de abertura. Na época, ele era um dos principais colaboradores diretos do Presidente Lula, afirma Humberto Oliveira.

Enquanto esta colaboração oficial crescia, no Brasil iam surgindo também grupos de sócios e ativistas de base, dando vida aos Convívios. Entretanto, as duas esferas – governamental e base voluntária – ficavam separadas, e se desenvolviam autonomamente. Desta forma, o movimento, no Brasil, foi crescendo.

O conúbio entre o Slow Food e o Brasil, portanto, é celebrado, de forma oficial e diretamente com o Governo: este é um caso único na história do movimento.

Em agosto de 2004, o Ministro do Desenvolvimento Agrário, Miguel Rossetto, o Secretário do Desenvolvimento Territorial, Humberto Oliveira e Carlo Petrini assinam o acordo de cooperação técnica internacional entre o Ministério do Desenvolvimento Agrário e a Fundação Slow Food para a Biodiversidade.

O acordo tem por objetivo estabelecer as bases de cooperação entre os participantes,

para a promoção e integração de políticas públicas em prol da preservação e valorização dos alimentos típicos, em territórios onde se concentram os agricultores familiares e assentados do Brasil. As atividades previstas para fazer isso são: criação de Fortalezas Slow Food no Brasil; identificação de produtos nativos e artesanais, para a Arca do Gosto; apoio aos produtores das Fortalezas para participarem em eventos promovidos pelo Slow Food e pelo MDA; identificação das Comunidades do Alimento, para integrarem a rede Terra Madre. Os projetos são desenvolvidos por meio da Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT) do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA).

Em 2004, à já existente Fortaleza do Guaraná Nativo dos Sateré Mawé (cf. infra, Tab.1), se somam os projetos das Fortalezas do Umbu, do Palmito Juçara e do Feijão Canapu, iniciados graças ao trabalho do Gabrio Marinozzi²⁹. Naquele mesmo ano, alguns representantes e produtores das quatro Fortalezas integram a delegação de 150 brasileiros – 32 Comunidades do Alimento – que participam no primeiro Terra Madre, em Turim. Ainda em 2004, os participantes do Terra Madre se reúnem de novo em Brasília, para a Feira da Agricultura Familiar.

Em 2005, Roberta Marins de Sá, ativista do Slow Food e cientista de alimentos, entra para substituir o Gabrio Marinozzi no MDA.

O Brasil participa em todos os eventos Terra Madre, sempre com delegações muito grandes. Na edição de 2008, o discurso de abertura é pronunciado por Humberto Oliveira e em 2012 por Graziano da Silva. Ao longo das edições, vários brasileiros membros do governo, secretários de Estado e autoridades dos governos estaduais vão à Itália para presenciar o evento (é o caso do então Secretário do Ministério da Cultura, Sérgio Mamberti).

A partir de 2005, Roberta Marins de Sá passa a ser a responsável pelos projetos Fortalezas, dentro do MDA, e a lista ganha um novo produto: a Fortaleza do Néctar de Abelhas Nativas dos Sateré Mawé, produzido nas Terras Indígenas Andirá Marau, bacias dos rios Andirá e Marau, Amazonas-Pará, Norte.

Em 2006, ano da formação da Comissão Brasileira da Arca do Gosto, são 11 os produtos brasileiros já catalogados na Arca: babaçu, castanha de baru, palmito juçara, feijão canapu, farinha de batata doce, guaraná Sateré Mawé, bergamota montenegrina, marmelada de Santa Luzia, pirarucu, arroz vermelho (ou arroz de Veneza) e umbu.

Ainda em 2006, representantes das Fortalezas do Umbu, Guaraná e Palmito participam

²⁹ A região produtora do feijão canapu interessada pelo projeto incluía Campo Grande do Piauí e o Território Rural do Vale do Guaribas (PI). Esse projeto Fortaleza não teve continuidade. Hoje, a Fortaleza do Feijão Canapu não existe mais. Para as regiões produtoras dos demais produtos Fortalezas cf. Tab. 1.

na COP8 – 8ª Conferência das Partes da Convenção sobre Diversidade Biológica, promovida pela Organização das Nações Unidas (ONU), apresentando o seminário “Utilizando a Ecogastronomia para Valorizar a Biodiversidade nos Territórios Rurais”. Contemporaneamente, nasce a Fortaleza do Barú de Pirenópolis e 55 Comunidades do Alimento, representantes de seis Fortalezas, de universidades brasileiras e chefes de cozinha de todo o Brasil participam no Terra Madre daquele ano.

O ano de 2006 vê também acontecer um evento marcante para o movimento no Brasil: é realizado o Salão Nacional dos Territórios Rurais, que propicia oportunidades significativas para apresentar propostas e projetos do Slow Food, bem como para dar visibilidade ao trabalho já realizado.

A possibilidade de criar a sétima Fortaleza brasileira, o Arroz Vermelho (cultivado no Vale do Piancó - PB), começa a ser avaliada em 2007. Naquele ano, graças ao apoio da Secretaria de Desenvolvimento Territorial do MDA, é lançado o portal do Slow Food Brasil e do Terra Madre Brasil, com o objetivo de divulgar os trabalhos desenvolvidos no Brasil e os contatos dos coordenadores das Fortalezas e das Comunidades do Alimento brasileiras³⁰.

Mas, sem dúvida, o evento saliente do ano de 2007 é a realização, em outubro, do Terra Madre Brasil, junto com a IV Feira Nacional da Agricultura Familiar e Reforma Agrária. Trata-se do maior encontro Terra Madre realizado fora da Itália. Acontece em Brasília e participam representantes de 77 Comunidades do Alimento, 26 chefes de cozinha, representantes de 10 universidades brasileiras, representantes do Slow Food da Itália e todas as Fortalezas brasileiras (cada Fortaleza dispõe de um stand para apresentar e vender seus produtos diretamente aos visitantes da Feira).

Ainda em 2007, Roberta Marins de Sá, coordenadora dos projetos do Slow Food no Brasil e consultora da SDT, participa no V Congresso Internacional do Slow Food em Puebla, México, e, na ocasião, é indicada e eleita para integrar o Comitê Diretivo do Slow Food Internacional, representando a América Latina.

Duas novas produções brasileiras são reconhecidas como Fortalezas em 2008: o Aratu (de Santa Luzia do Itanhi - SE) e o Pinhão da Serra Catarinense (municípios de Urubici e Lages - SC). No mesmo ano, uma delegação brasileira participa na terceira edição do Terra Madre, na Itália.

Em março de 2010, o complexo da Funarte, em Brasília, hospeda a segunda edição do Terra Madre Brasil, realizada pelo Slow Food com a colaboração do Instituto Morro da Cutia de Agroecologia (IMCA), da Funarte, da Regione del Veneto (autoridade do governo regional do

³⁰ Respectivamente, <www.slowfoodbrasil.com> e <<http://terramadre.slowfoodbrasil.com>>.

Veneto, Itália), em parceria com o Fundo Internacional de Desenvolvimento Agrícola (FIDA), com a Secretaria do Desenvolvimento Territorial do MDA e a Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural do Ministério da Cultura.

A mais jovem das Fortalezas brasileiras, a do Licuri, é criada em 2012.

2.3 O SLOW FOOD NO BRASIL HOJE

Atualmente, no Brasil, o movimento Slow Food conta com a presença de 44 Convivia³¹, mais ou menos ativos. Com iniciativas de educação alimentar, publicações, valorização dos produtos locais e das produções agrícolas familiares, envolvimento de chefes e restaurantes, os grupo de sócios das cidades de Rios de Janeiro, São Paulo, Curitiba, Florianópolis e Brasília estão entre os mais animados. De dezembro de 2013 até novembro de 2014, o número de Convivia no Brasil passou de 32 a 44.

Segundo fontes oficiais, onze Universidades brasileiras integram a rede do Terra Madre: Universidade Comunitária de Pernambuco, Universidade de Brasília, Universidade de Sorocaba, Universidade do Vale do Itajaí, Universidade Estadual do Sudeste da Bahia, Universidade Federal de Santa Catarina, Universidade Federal de São Carlos, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Universidade Federal Rural de Pernambuco, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Os produtos brasileiros registrados na Arca do Gosto Slow Food, até hoje, são 28: Arroz Nativo do Pantanal, Arroz Vermelho, Babaçu, Berbigão, Bergamota Montenegrina, Bijajica, Bociúva, Butiá, Cagaita, Cambuci, Castanha de Barú, Farinha de Batata Doce Krahô, Feijão

³¹ Os nomes e a localidade dos Convivia presentes no Brasil são: Aldeia dos Lagos - Silves (AM); Amazônia - Belém (PA); Arraial D´Ajuda - Arraial D´Ajuda (BA); Belo Horizonte - Belo Horizonte (MG); Brasília - Brasília (DF); Campinas - Campinas (SP); Campo Grande - Campo Grande (MS); Campo Lindo - Batatais (SP); Cerrado - Brasília (DF); Colônia Villanova - Porto Alegre (RS); Como Como? - São Paulo (SP); Engenho de Farinha - Florianópolis (SC); Filhos do Waraná - Parintins (AM); Gastromotiva - São Paulo (SP); Grande ABC - Santo André. São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul, Diadema, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra (SP); Ibiúna - Ibiúna (SP); Ipê - Goiânia (GO); Licuri - Capim Grosso (BA); Mantiqueira - Gonçalves, Distrito dos Costas, São Bento do Sapucaí, Santo Antônio do Pinhal e Campos do Jordão (MG/SP); Mata Atlântica - Santa Catarina (SC); Niterói - Niterói (RJ); Pantanal Corumbaense - Corumbá (MS); Paraná - Curitiba (PR); Petrópolis - Itaipava e Petrópolis (RJ); Pinhão da Serra Catarinense - Lajes e Urubici (SC); Piracaia (SP); Piracicaba - Piracicaba (SP); Pirenópolis - Pirenópolis (GO); Porto Alegre - Sul-Porto Alegre (RS); Primeira Colônia da Imigração Italiana - Bento Gonçalves, Garibaldi, Monte Belo do Sul, Pinto Bandeira, Carlos Barbosa (RS); Potiguar - Natal (RN); Povos da Floresta Amazônia - Manaus (AM); Produtos da Terra - Rio Grande do Sul (RS); Província do Paraná - Curitiba (PR); Recife - Recife (PE); Rio de Janeiro, zona norte (RJ); Rio de Janeiro - Rio de Janeiro (RJ); Salvador - Salvador (BA); São Paulo - São Paulo (SP); Serra do Salitre - Serra do Salitre (MG); Serra Gaúcha - Canela (RS); Sonhos de Liberdade - (MG); Terras Altas do Sapucaí - Gonçalves (MG); Terras Altas do Sapucaí - Gonçalves (MG); Umu - Uauá (BA), (Fonte <www.slowfoodbrasil.com>, acesso em: novembro 2014)

Canapu, Guaraná Nativo Sateré-Mawé, Jaracatiá, Jatobá, Licuri, Mangaba, Maracujá da Caatinga, Marmelada de Santa Luzia, Néctar de Abelhas Nativas, Ostra de Cananéia, Palmito Juçara, Pequi, Pinhão, Piracuí, Pirarucu, Umbu³². Mais 16 produtos já identificados aguardam para ser oficialmente inseridos na lista.

As Fortalezas brasileiras reconhecidas e interessadas por projetos de apoio, capacitação dos produtores e valorização dos produtos, atualmente, são 8:³³

Tabela 1. Fortalezas brasileiras e região de produção.

Nome	Região de produção
Fortaleza da Castanha de Baru	Pirenópolis, Goiás
Fortaleza do Arroz Vermelho	Território do Vale do Piancó, Município de Santana dos Garrotes, Paraíba
Fortaleza do Guaraná Nativo Sateré-Mawé	Terras Indígenas Andirá Marau nas bacias dos rios Andirá e Marau, Amazonas-Pará, Norte
Fortaleza do Licuri	Região de Piemonte da Diamantina, Bahia
Fortaleza do Néctar de Abelhas Nativas	Terras Indígenas Andirá Marau nas bacias dos rios Andirá e Marau, Amazonas-Pará, Norte
Fortaleza do Palmito Juçara	Sudeste, estado de São Paulo, Reservas Guarani do Silveira (município de São Sebastião) e Boa Vista (município de Ubatuba)
Fortaleza do Pinhão da Serra Catarinense	Municípios de Urubici e Lages, Santa Catarina
Fortaleza do Umbu	Municípios de Uauá, Curaçá e Canudos, Bahia, nordeste do Brasil, Território Sertão do São Francisco

Fonte: <<http://www.slowfoodbrasil.com/fortalezas>>, acesso em: outubro 2014

De 2004 a 2014, dois produtos — junto com as respectivas comunidades de produtores — saíram das listas das Fortalezas, isto é, deixaram de ser projetos de valorização das produções e dos produtores locais amparados pelo Slow Food. Trata-se do Feijão Canapu e, caso mais recente, do Aratu (este último é um dos estudos de caso deste trabalho, cf. cap. 4).

Durante os últimos anos, no Brasil, junto com o número de sócios, o movimento tem visto crescer iniciativas espontâneas e experiências autóctones.

Especialmente nas grandes cidades brasileiras, é muito forte a participação dos chefes de restaurante. Adotando a filosofia Slow Food, tanto por meio de políticas de compra e

³² Fonte: <<http://www.slowfoodbrasil.com/arca-do-gosto/produtos-do-brasil>>, acesso em: novembro 2014.

³³ Fonte: <<http://www.slowfoodbrasil.com/fortalezas/fortalezas-no-brasil>>, acesso em: abril 2013

abastecimento, como pela proposta de cardápios “éticos”, eles garantem aos produtores e aos produtos locais da agricultura familiar um apoio de importância vital.

Sócios jovens do Slow Food deram vida à Slow Food Youth Network do Brasil, isto é, a Rede Jovem Slow Food nacional, que, como as Youth Network presentes em vários países do mundo, organiza iniciativas específicas e integra a Slow Food Youth Network em nível mundial (<<http://www.slowfoodbrasil.com/rede-jovem-slow-food>>, acesso em: novembro 2014).

As discussões sobre defesa de queijos de leite cru e aspectos legais e sanitários ligados a sua fabricação e distribuição comercial — já há algumas décadas presentes em alguns países europeus, especialmente França e Itália — chegaram também ao Brasil (cujo sistema legal tem criado obstáculos para a produção e venda dos queijos de leite não pasteurizado; FERREIRA, 2013). Em 2011, nasceu o Grupo de Trabalho do Slow Food Brasil sobre Queijos Artesanais de Leite Cru, com objetivo de mobilizar a opinião pública, os legisladores e os consumidores em defesa dos mais de 130 queijos tradicionais brasileiros. O Grupo, interestadual e interdisciplinar por formação — é formado por produtores de queijo, professores, jornalistas e chefes do Brasil inteiro — nasce de um encadeamento de ações promovidas por diferentes grupos, norteados por uma preocupação comum em relação à preservação dos queijos tradicionais.

Tal preocupação não era nova dentro do Slow Food. A luta em defesa dos queijos de leite cru é uma das principais bandeiras do movimento, que, a cada dois anos, realiza o evento Cheese (cf. cap.1), reunindo produtores de queijos artesanais do mundo inteiro. Em 2001, na primeira edição do Cheese, foi lançado o “Manifesto Internacional em Defesa dos Queijos de Leite Cru”, alertando para o risco de extinção destes queijos frente a leis e regulamentos internacionais, hiper-sanitaristas e homogeneizadores — como os define o Grupo — que “ameaçam destruir o meio de vida dos produtores artesanais e, por outro lado, restringem a liberdade de escolha dos cidadãos em comprar estes alimentos” (CINTRÃO e GONÇALVES, 2012). No Brasil, a preocupação já existia entre os sócios Slow Food que percebiam a dificuldade crescente em encontrar os queijos artesanais, mesmo em centros urbanos próximos às regiões produtoras.

Em maio de 2011 a comissão brasileira da Arca do Gosto realizou, durante sua reunião anual, a “Roda de Conversas sobre Queijos Artesanais”, para pensar ações em defesa do produto. Nessa ocasião, o Slow Food Brasil foi convidado oficialmente a apoiar a organização do I Simpósio de Queijos Artesanais do Brasil, uma iniciativa da Embrapa Agroindústria Tropical e da Emater-RS, realizada em novembro de 2011 em Fortaleza (CE).

Em função deste convite, começou-se a identificar e reunir iniciativas e pessoas vinculadas ao movimento que tinham em comum a preocupação com a defesa dos queijos de leite cru no Brasil. Em setembro de 2011 foi oficializado o Grupo de Trabalho do Slow Food Brasil sobre Queijos Artesanais. O GT tem como norte o Manifesto Internacional e como objetivo realizar ações de divulgação e de salvaguarda dos queijos de leite cru brasileiros, considerados como emblemáticos dos problemas colocados pela legislação sanitária nacional para a manutenção dos alimentos artesanais e a sobrevivência dos produtores artesanais de alimentos (CINTRÃO e GONÇALVES, 2012).

O Grupo divulga informações, projetos, ações na coluna “Com a Mão no Queijo”, no portal online do Slow Food Brasil.



Figura 4. A, B Apresentação do Grupo de Trabalho do Slow Food Brasil sobre Queijos Artesanais durante o último evento Salone del Gusto-Terra Madre, com a participação do Presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, Piero Sardo (sentado à esquerda). Turim, outubro de 2014 (fotos da autora).

Em ocasião do Salone del Gusto e Terra Madre de 2014 (Turim, 23-27 de outubro), tivemos a oportunidade de presenciar a palestra do Grupo de Trabalho do Slow Food Brasil sobre Queijos Artesanais de Leite Cru (Figura 4), durante a qual Piero Sardo, Presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, propôs como instrumento de lobby, defesa e valorização a candidatura dos queijos brasileiros e do conjunto de saberes relacionados para obter o status de Patrimônio da Humanidade Unesco. A sugestão foi acolhida com grande entusiasmo pelos presentes.

Dentro da rede do movimento, estão surgindo também grupos de trabalho sobre os alimentos transgênicos e sobre abelhas nativas. Além disso, o Brasil apoia a campanha internacional Slow Fish, lançando iniciativas e compartilhando material de consulta que promovem a pesca artesanal, as espécies negligenciadas, o consumo consciente e responsável,

com o objetivo de inspirar a reflexão sobre as condições e gestão dos recursos marinhos e continentais.

O que acabamos de apresentar é o estado da arte no que concerne à iniciativa particular de ativistas e sócios.

Diversamente, a avaliação da continuidade dos projetos Fortalezas, de seus resultados ao longo do tempo e do papel do Slow Food e dos entes governamentais envolvidos merece um discurso distinto, mais crítico e articulado. Este é apresentado ao longo da análise dos estudos de caso, nos capítulos 4 e 5 deste trabalho.

O dado fundamental que cabe antecipar é que, de forma geral, os projetos ativados nos anos de efervescência inicial e de forte participação dos órgãos públicos (MESA, MDA, SDT) sofreram com a saída daquelas figuras-chave mencionadas até aqui. Isto é, a partir de 2007-2008, assim que promotores como Gabrio Marinozzi, Luigi Eusebi, Roberta Sá e Humberto Oliveira, entre os principais, deixaram seus cargos nos ministérios, em muitos casos — porém, não em todos — aos projetos Fortalezas faltaram o estímulo, a liderança e o acompanhamento externos, que se revelaram necessários para os projetos continuarem e crescerem.

Figuras-chave em lugares-chave: eram as pessoas que tinham aberto os projetos e que, real e praticamente, os levavam para frente. Sob muitos aspectos, a saída deles da cena não foi precedida por cautelas aptas à estruturação interna, à consolidação e à continuidade dos projetos. Mas sim, acabou resultando num “abandono”.

Será interessante observar como e onde os projetos e as comunidades lograram um prosseguimento autóctone (isso, como veremos, vale tanto para os casos brasileiros, como para os italianos), e onde, pelo contrário, a ausência do promotor externo significou a exaustão das experiências entabuladas. Da mesma maneira, é oportuno interrogar-se quanto à postura que a sede central do Slow Food teve, tem ou deveria ter em relação a isso: até que ponto o movimento deve garantir apoio e meios para evitar a “morte” de seus projetos? Continuidade ou falta dela, fracassos e sucessos espontâneos, autonomia ou dependência: em volta da iniciativa e da gestão de projetos de desenvolvimento local, em relação a competências, limites e responsabilidades dos agentes, vemos abrir-se um terreno rico para questionamentos.

Devido à expansão da base associativa do movimento e à demanda por autogestão expressada pelos ativistas brasileiros, por um lado, e para obviar os problemas de

descontinuidade acima mencionados, por outro lado, desde o final de 2013, o Brasil passou a ter sua própria associação nacional do Slow Food (cf. par. 1.6).

Isso significa que, para a gestão de projetos e sócios, o Brasil detém sua própria diretoria e estruturas nacionais, filiadas ao Slow Food Internacional, ou seja, ao órgão diretivo central, porém dotadas de autonomia. A providência responde à necessidade de descentralização e agilização deliberativa e operativa, permitindo também a captação independente de fundos financeiros nacionais e internacionais. Junto com a criação da Associação Nacional Slow Food Brasil, foram identificados 5 coordenadores regionais brasileiros, denominados “facilitadores”, um para cada região do país.

O passo é representativo da evolução e da importância crescente que o movimento tem adquirido no Brasil, e da relevância que os órgãos centrais do Slow Food Internacional lhe reconhecem. Eles olham especialmente para o Brasil, entre outros países emergentes, como força futura do movimento.

Além da Associação Nacional Slow Food Brasil, desde novembro de 2014 o movimento conta também com um consultor específico dentro do MDA (Secretaria de Agricultura Familiar, Departamento de Geração de Renda e Agregação de Valor), contratado exclusivamente para acompanhar e executar os projetos do Slow Food no Brasil. Conforme informado por alguns entrevistados, o acordo oficial entre o governo brasileiro e o Slow Food está prestes a ser reconfirmado. Isso diz claramente a respeito da importância estratégica que o movimento atribui, por um lado, a sua presença no Brasil, e, por outro lado, à parceria oficial e direta com o governo — isto é, à sustentação de um posicionamento gerencial “de cima” e de dentro. Este posicionamento, como vimos, caso único no mundo, abre para as dúvidas e as críticas de alguns dos sócios brasileiros, que interpretam essa condução vertical e “governativa” como negativa e inadequada para a correta evolução de um movimento social que, por ser tal, deveria proceder da base e graças à base de associados.

2.4 O SLOW FOOD E O BRASIL: UM CAMINHO PECULIAR

“Quando Lula ganhou as eleições, Petrini e a diretoria do Slow Food, da sede central, decidiram fazer do Brasil um país modelo e trabalhar muito sobre ele. Petrini e as pessoas próximas dele tinham escolhido o Brasil para ser um exemplo”, conta Gabrio Marinozzi, protagonista dos fatos daquela época e da chegada do Slow Food no Brasil.

Durante a entrevista com Gabrio Marinozzi e outras testemunhas, emergem alguns importantes elementos de interpretação sobre o trajeto do Slow Food no Brasil.

Em primeiro lugar, é evidente a centralidade, nessa história, de um elemento: o “Brasil de Lula”. Novo, auspicioso, terra de oportunidades onde poder recomeçar pondo em prática modelos alternativos, onde, finalmente, tentar realizar visões e ideais longamente aspirados: segundo a opinião da maioria dos entrevistados, o Brasil, no dia seguinte à vitória do PT e à eleição de Lula, se mostra ao mundo nesse semblante. E, por causa desse semblante, atrai as atenções de agentes e promotores sociais, do Terceiro Setor e do cooperativismo internacional (a missão italiana mencionada nas entrevistas), desejando por em marcha experiências virtuosas. No caso específico do Slow Food, o Brasil de Lula surge para o movimento, como parceiro, de uma forma inusitada, nunca aplicada antes com nenhum país do mundo.

É o experimento do conúbio entre um movimento social e o governo. O acordo, no entendimento das partes, servirá para proporcionar aquele apoio de cima e a adoção de políticas públicas condizentes, necessários a um proceder integrado e orgânico, isto é, capaz de garantir uma eficácia sistêmica. Eficácia da qual, pelo contrário, ações esporádicas baseadas apenas no voluntarismo e no ativismo espontâneo, geralmente, estão desprovidas.

Nesse sentido, a passagem do Ministério Extraordinário de Segurança Alimentar e Combate à Fome para o Ministério do Desenvolvimento Agrário, como interlocutor governativo mais adequado para trabalhar com e sobre as ideias do Slow Food, é outra etapa significativa. Ela moldará o rumo dos projetos do Slow Food pensados para os pequenos agricultores brasileiros.

Não é difícil observar como tudo o que acontece e está concentrado naquela fase inicial, entre 2004 e 2008 — desde a assinatura do acordo, até o prêmio e a inauguração dos projetos — flui e floresce justamente porque a proposta intercepta pessoas específicas, em lugares estratégicos. Graziano da Silva, Carlyle Vilarinho, Terezinha Dias, Humberto Oliveira, Luigi Eusebi, Gabrio Marinozzi, Roberta Sá: são os encontros — às vezes fortuitos —, é o envolvimento direto e pessoal dessas figuras, seu engajamento e entusiasmo, que faz as coisas acontecerem. Como vimos, quando essas pessoas saem dos cargos ocupados na época, a onda inicial esmorece e não há mais ninguém para guiar os projetos já iniciados.

Outro detalhe importante que os entrevistados nos fornecem tem a ver com o fato de que, para o arranque e a organização dos primeiros eventos (Terra Madre, Comunidades do Alimento, identificação das possíveis Fortalezas), foi aproveitada a rede e a abordagem já adotadas pela Secretaria de Desenvolvimento Territorial. A habilidade dos promotores, portanto, foi a de acolher a proposta vinda de fora e inseri-la em uma base e dentro de um trabalho já existentes e já encaminhados por linhas afins, sem ter que adaptar ou construir do

zero. Assim, como o timing de quem soube chegar com a oferta certa no momento certo (a eleição de Lula), toda a ascensão inicial do Slow Food no Brasil parece se beneficiar de uma série de boas ocasiões colhidas e do aproveitamento de recursos disponíveis, logo nos momentos oportunos. E é justamente desta maneira, às vezes de forma cônica, outras vezes não, que essa história é reconstruída e narrada por seus protagonistas.

2.5 AS RELAÇÕES ENTRE BRA E O BRASIL HOJE: CRÍTICAS E EXPECTATIVAS

As linhas principais que ilustram resumidamente as relações atuais entre a porção brasileira do movimento e a sede central de Bra — ou seja, os representantes e líderes italianos e internacionais — são basicamente duas. Por um lado, a sede central expressa constantemente a ideia de investimento, ou aposta, e do futuro brilhante que o Brasil pode garantir ao movimento. Por outro lado, a alma brasileira do movimento manifesta, principalmente, vontade de autonomia e críticas ao centralismo de Bra e à recente postura emergencial de Petrini e do movimento.

Além das vozes que ouvimos vindo das duas partes, um primeiro fato objetivo é que a relação estrita e amigável entre o Slow Food e o Brasil, oriunda da época de Lula e, desde então mantida viva, tem proporcionado ao primeiro uma parceria direta de colaboração com a FAO (desde 2013; cf. cap.1), cujo diretor geral, hoje, é José Graziano da Silva.

Petrini, a propósito disso, escreve:

A sensação de que algo nas salas dos palácios e das instituições está profundamente mudando pode ser resumida pelo fato que com o anterior Diretor Geral da FAO, Jacques Diouf, qualquer convite nosso para participar no Terra Madre, para entabular colaborações e diálogo caía em saco roto. [...] O novo Diretor Geral, José Graziano da Silva, antes da subscrição de nosso acordo, quis visitar com entusiasmo a sede universitária de Pollenzo e ofereceu uma *lectio* para os alunos da Universidade de Ciências Gastronômicas, durante a qual afirmou que a mudança de paradigma técnico, econômico e político para combater a fome e a desnutrição no mundo está finalmente ocorrendo (PETRINI, 2013, p.136, tradução nossa).

O quadro das relações entre o movimento no Brasil e a sede central, em seus pontos mais salientes e atuais, pode ser retratado percorrendo alguns pontos destacáveis em textos e entrevistas.

O que está acontecendo na América Latina do ponto de vista gastronômico, no sentido amplo da palavra, é extraordinário. Porque, em um lugar que não é a Europa, pela primeira vez na história, é justamente a gastronomia que se torna protagonista, objeto central de uma mudança memorável. Não é por acaso que todos os atores que mencionei, mais muitos outros que tive a sorte de conhecer, sempre falam de gastronomia para descrever o que estão fazendo, quer sejam grandes chefes, simples camponeses, associações de produtores, educadores, comunicadores, estudantes, militantes. Todos estão perfeitamente cientes de que, independente de suas atividades específicas, são parte de um movimento “líquido”, amplo e não estruturado [...], voltado para um único objetivo: um grande resgate (PETRINI, 2013, p.161, tradução nossa).

“Todos, não só a elite, têm direito ao prazer à mesa, a não comer imundícies. A ideia é criar a Grande Internacional da Comida. O Brasil pode ser líder de um movimento não só sul-americano, mas americano” afirma Piero Sardo, Presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, em uma entrevista de 2010. “No Brasil, há um governo com estratégia forte para agricultura familiar, com as contradições que sabemos, como os transgênicos, mas não há outro país com essa atenção” (apud CASTILHO e DE CASTRO, 2010).

O foco das potencialidades brasileiras, além da atenção para com a agricultura familiar, é identificado em sua riqueza alimentar e biodiversidade, na conscientização crescente dos consumidores e na ampliação do acesso à renda e ao consumo.

Além disso, os sócios brasileiros alegam méritos ulteriores, os quais — afirmam eles — não são devidamente reconhecidos pelos órgãos centrais do Slow Food.

Na grande maioria das entrevistas a sócios brasileiros e responsáveis dos projetos Fortalezas, aparecem afirmações relativas a duas questões principais. A primeira é que, no Brasil, a alma do movimento é popular, militante, engajada, composta por pessoas que conhecem de perto os problemas sociais, políticos e econômicos que afetam os pequenos produtores e agricultores. Pelo contrário, lá na Itália — dizem muitos entrevistados — o Slow Food é mais um clube de gourmet, de pessoas da cidade, endinheiradas e que, basicamente, gostam de comer e beber bem, gastando muito. Eles, dizem muitos, não conhecem a realidade de quem trabalha para produzir, nem se preocupam com isso.

Antecipando uma das reflexões conclusivas, esta resulta ser uma visão parcial e um pouco distorcida, mesmo estando baseada em elementos verídicos. A ideia de um componente “gourmet”, mais elitizado, predominando nos países europeus, talvez esteja ligada à imagem que se tinha do movimento em sua época pré-Terra Madre, antes da virada política; este componente existe e compõe o movimento, junto com a porção popular e militante, tanto na Itália, como no Brasil (teremos a oportunidade de ver isto nos estudos de caso).

Outra virtude que faltaria aos italianos e da qual os sócios brasileiros declaram ser muito dotados é a capacidade de “fazer redes”, de construir parcerias entre os vários núcleos do movimento, dentro do país, e de trabalhar por meio de colaborações. Esta constatação também encontrará respostas ao longo das próximas páginas.

No que diz respeito à postura atual do movimento, em termos de políticas e planos, existe certo descontentamento em relação à gestão centralizada, muitas vezes percebida como “ingerência estrangeira” de um tomador de decisão distante, e em relação às metas futuras a serem alcançadas (as metas dos “10.000” declaradas pelo Slow Food 2.0, cf. par. 1.7).

A uma parte desses questionamentos responde a vontade real de a sede central do Slow Food desejar e proporcionar o desenvolvimento cada vez mais autônomo e maduro do movimento no Brasil. Isso é testemunhado pela criação da Associação Nacional Slow Food Brasil e pelo fato de a sede central ter proporcionado um período de formação para os cinco novos articuladores regionais brasileiros (ocorrido em Bra, nas duas semanas sucessivas ao Salone del Gusto de 2014). O objetivo do curso foi a aquisição direta, por parte dos articuladores brasileiros, da gestão da rede dos sócios brasileiros e da iniciativa. Também no que diz respeito a disponibilidade e procedência de financiamentos para execução de projetos, um ponto importante é destacado pela responsável Slow Food pela América Latina, Valentina Bianco: com a crise econômica e os fortes cortes orçamentários gerais ocorridos nos últimos anos na Europa, o Slow Food e seus patrocinadores italianos e europeus não têm mais condições para financiar os projetos internacionais; o Brasil, atualmente, tem possibilidades bem melhores para encontrar fontes de financiamento nacionais (ou por meio de programas internacionais). É também por e para isso que foi criada a Associação Nacional Slow Food Brasil. A ideia de base é descentralizar e aliviar a estrutura operativa central, garantindo, ao mesmo tempo, maior liberdade e autonomia na procura e na gestão de fundos, para que a continuidade dos projetos no mundo não sofra por causa de vínculos financeiros com países em situação de crise.

Em relação aos temas mencionados, as reflexões levantadas por Piero Sardo, presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, durante a entrevista, apontam para alguns pontos fundamentais:

- Slow Food acompanha seus projetos e seus sócios no mundo, mas “até certo ponto”: é necessário estimular a formação de lideranças locais e a gestão autônoma;

- é importante que os projetos locais adquiram o máximo de autossuficiência financeira;
- o principal problema, no caso de projetos iniciados nos países em desenvolvimento, é a carência de pessoas capacitadas para assumir a coordenação e a gestão;
- a atitude atual do movimento e a postura “emergencial”, visando o incremento numérico dos projetos ativos no mundo, têm como objetivo alcançar peso político nas principais mesas de discussão e sedes do debate internacional.

3 O PROJETO FORTALEZAS

3.1 ORIGENS DO PROJETO E AS FORTALEZAS NA ITÁLIA

Projetos em pequena escala destinados a auxiliar os produtores artesanais de uma determinada região para que possam continuar produzindo alimentos de qualidade, segundo os métodos da própria tradição e de forma ambientalmente atenta: isto são as Fortalezas.

O projeto nasce na Itália, entre 1998 e 2000, com os objetivos de preservar e promover a produção artesanal, estabelecer padrões de produção e de qualidade, garantir um futuro viável para os alimentos em questão e, por conseguinte, para seus produtores (SLOW FOOD, 2011, 2013).

Hoje em dia, do extremo norte às pontas meridionais da Itália, existem e continuam sendo produzidos e vendidos 231 produtos reconhecidos como Fortalezas Slow Food. No restante do mundo, os produtos registrados como Fortalezas são 184 (dados de 2014). O Brasil entra na lista com 8 produtos (cf. cap. 2, par. 2.3).

Dentro do Slow Food, a ideia da salvaguarda das produções locais surgiu por volta de 1998, segundo declarado pela agrônoma Francesca Baldereschi, há dez anos no Slow Food e hoje responsável pelas Fortalezas italianas.

Desta ideia, nasceu, primeiro, o projeto chamado Arca do Gosto: por ação voluntária, os sócios do Slow Food da Itália faziam sinalizações de produtos regionais, típicos ou tradicionais que estavam desaparecendo e que, no entendimento dos voluntários, mereciam ser catalogados. O princípio de fundo era a preocupação com a extinção de produções que, de alguma forma, faziam parte dos patrimônios locais e, ao mesmo tempo, a preocupação com a extinção de produtores “remanescentes”, obrigados a abandonar sua atividade, por não ser mais rentável. Entretanto, no caso da Arca do Gosto, não se fazia – nem se faz – nenhuma referência aos produtores: trata-se apenas de um mapeamento, de um catálogo de produtos a serem salvos, preenchido na base de indicações de sócios e líderes dos Convívios Slow Food.

Entretanto, o trabalho de mapeamento estimulou uma reflexão ulterior: como traduzir a catalogação em uma ação concreta de salvaguarda. Dessa reflexão surgiu o projeto das Fortalezas.

Francesca Baldereschi afirma:

Nós queríamos fazer algo diferente, algo que nos aproximasse mais ao mundo dos produtores. Isso porque a questão espontânea era: esse produto está em risco de extinção, tudo bem, mas por quê? O produto é muito bom, tem todas as características para ser comercializado. Evidentemente, o problema está em questões ligadas ao método de produção, ou no fato que não lhe é atribuído, no mercado, o preço justo, e o produtor acaba desistindo, porque não é mais rentável, porque não existe mais a cultura, nos consumidores, ligada àquele produto.

A ideia era é tentar agir na cadeia produtiva, corrigir a trajetória de algumas tendências produtivas e de mercado, intervir nos pontos fracos, para dotar estes produtos de um valor comercial interessante para o produtor, o consumidor e para eventuais produtores futuros.

O sistema elaborado pelo Slow Food para os produtos e os produtores do projeto Fortalezas visava se diferenciar de forma substancial dos sistemas italianos e europeus de valorização e tutela das produções agroalimentares (denominações de origem)³⁴, os quais resultam ser comercialmente muito vantajosos apenas para grandes empresas produtoras e grandes consórcios de produtores, mas acabam sendo excessivamente onerosos para os pequenos e os artesãos do setor agroalimentar (cf. 3.5.2).

O processo de implantação de um projeto Fortaleza, interessando um determinado produto, pode ser resumido da seguinte forma: (i) os órgãos centrais do Slow Food recebem a sinalização, ou o pedido, diretamente de um grupo de produtores, para a criação de uma Fortaleza; (ii) é necessário estudar o produto, sua natureza, sua história, seu processo de produção; (iii) é preciso identificar a região de produção e os produtores ativos; (iv) os técnicos agrônomos, veterinários e tecnólogos alimentares que trabalham para o Slow Food realizam visitas de campo, avaliam e homogeneizam o nível qualitativo de produção de todos os produtores, para que todo mundo alcance um patamar alto e possa entrar no projeto junto com os outros; (v) os produtores interessados em participar devem, obrigatoriamente, dar vida a uma entidade legal coletiva que os represente (associação ou consórcio); (vi) os técnicos de Slow Food realizam reuniões com os produtores e com os atores locais eventualmente envolvidos (prefeituras, Câmaras de Comércio, órgãos de turismo etc.) para ilustrar as linhas-guia de Slow Food e para redigir o *disciplinare* (protocolo) de produção a ser respeitado por

³⁴ A União Europeia, desde 1992, dispõe de uma lei para a tutela das indicações geográficas e denominações de origem das produções agrícolas e alimentícias dos países da União e do Espaço Econômico Europeu. Para isso, foram instituídas três tipologias principais de registro: produtos com Denominação de Origem Protegida (DOP), com Indicação Geográfica Protegida (IGP) e Especialidade Tradicional Garantida (ETG; cf. 3.5.2.1).

todos os produtores que queiram participar do projeto (trata-se de um regulamento participado incluindo objetivos de sustentabilidade ambiental e social).

De fato, estimular e ajudar os produtores para que se reúnam em uma associação (ou cooperativa, consórcio etc.) faz parte da filosofia do projeto Fortaleza: a agregação em figuras legais associativas formalmente reconhecidas, segundo o entendimento do Slow Food, facilita a relação com as instituições, a participação em editais, e a obtenção de financiamentos públicos. A criação de uma associação é obrigatória no caso de produtores italianos que queiram utilizar o selo das Fortalezas (cf. infra).

Após o processo inicial, a colaboração e o acompanhamento do Slow Food continuam: o movimento oferece aos produtores suporte técnico e ocasiões de capacitação; insere e divulga o produto na rede do movimento, por meio da realização de material informativo; promove o produto e os produtores em todos os eventos e feiras nos quais participa; e, de fato, com a fama e o prestígio de seu nome, acaba agregando valor comercial aos produtos declarados Fortaleza.

No que diz respeito aos recursos financeiros necessários para abertura e manutenção do projeto, todas as Fortalezas italianas devem conseguir a autonomia, isto é, achar o jeito de se autofinanciar. Os sócios dos Convívios, os referentes locais e os produtores interessados na criação da Fortaleza, necessariamente, na hora de iniciar o projeto, procuram fundos, parcerias e patrocínios, entre diversos entes territoriais, tanto do setor público (administração regional, prefeitura, órgãos de promoção turística, parques nacionais, museus, Câmaras de Comércio), como do privado (empresas, firmas comerciais, restaurantes, fundações etc.).

A capacidade de construir uma boa rede, com bons parceiros locais é de importância vital. No caso da Itália e das maiorias dos países ricos, os órgãos centrais do Slow Food não repassam nenhum recurso direto. Isto é, não é a sede central que financia os projetos. Pelo contrário, os produtores de uma Fortaleza pagam uma cota anual contributiva para a sede central do Slow Food, que se ocupa de fornecer toda a assistência necessária para garantir um bom padrão de qualidade e ajudar a desenhar um percurso de valorização, enviando agrônomos, tecnólogos alimentares, especialistas em marketing etc. O Slow Food se ocupa também de toda a parte de publicidade, divulgação, realização e difusão de material informativo sobre a nova Fortaleza, através dos canais e pela extensa rede dos quais dispõe (sites, revista, livros, imprensa, participação em feiras e eventos etc.).

O projeto Fortalezas, desde seus começos, conta com o apoio do Ministero delle Politiche Agricole e Forestali italiano (MIPAF). A parceria, explica Francesca Baldereschi, serviu muito bem para legitimar, para oficializar o projeto. Mas nunca se traduziu em um patrocínio

ou no provimento de fundos. Os projetos do Slow Food, em geral, não são financiados com fundos públicos ou governamentais. Alguns projetos locais conseguem recursos da União Europeia por meio de concursos a editais específicos.

Atualmente, a cota contributiva para a inauguração de um projeto Fortaleza, paga pelos produtores ao Slow Food para o custeamento do material informativo e para retribuir os técnicos e consultores, é de cerca de 10 mil euros. Uma vez implantada a Fortaleza, todo ano, para a manutenção do projeto, os produtores pagam um valor anual calculado com base nas entradas derivadas das vendas da produção. O Slow Food continua o diálogo e o acompanhamento do projeto ao longo de sua vida, proporcionando a assistência necessária e promoção.

No caso de projetos e de Fortalezas a serem criados em países em desenvolvimento, a situação muda bastante: os produtores e os atores que fazem parte do projeto não pagam nada ao Slow Food, mas sim recebe um financiamento inicial em dinheiro para se dotar dos instrumentos necessários (construção de pequenas unidades de beneficiamento, compras de utensílios, realização de rótulos e embalagens etc.). O financiamento para os projetos Fortalezas abertos em países carentes vem do órgão do movimento chamado Fundação Slow Food para a Biodiversidade.

No que diz respeito à história das Fortalezas e dos sucessos alcançados em termos de valorização comercial das produções agroalimentares de qualidade, é necessário destacar que, na Itália, entre 2007 e 2008, a associação Slow Food se viu obrigada a criar a marca comercial registrada, representada pelo selo “*Presidio Slow Food*” (Figura 5).



Figura 5. Logomarca comercial concedida aos produtores das Fortalezas italianas (Fonte: <www.slowfood.it>).

Isso aconteceu apenas na Itália, apenas para os produtos Fortalezas italianos e de forma excepcional – o Slow Food faz questão de se definir uma organização não comercial – por causa de uma série de vicissitudes.

Antes de 2008, os produtores das Fortalezas italianas não podiam colocar nenhum símbolo nem referência ao Slow Food nas etiquetas dos produtos. Entretanto, eles foram percebendo que outros produtores, que não participavam dos projetos e nem se empenhavam em respeitar os protocolos de produção, usavam para os próprios produtos etiquetas com a designação “Fortaleza Slow Food”.

Para controlar e evitar este tipo de abuso e fraude comercial, o Slow Food decidiu criar um selo oficial do movimento, e adotou a solução da marca registrada privada (cujo uso é dado em concessão aos produtores das Fortalezas).

Com efeito, o período da criação da marca, entre 2007 e 2008, correspondeu a uma fase de revisão do projeto.

Depois do grande entusiasmo e da proliferação inicial de Fortalezas, nascidas ao longo da península italiana e desenvolvidas espontaneamente sem controles rígidos por parte da sede central, a chefia da associação percebeu que era preciso fazer o ponto da situação.

Visitas de campo avaliaram o estado de saúde e a efetividade de cada experiência de valorização. Vieram a tona casos de insucessos e histórias de pequenos milagres, de naufrágios e de desvirtuamento do espírito e dos entendimentos de base. A Fundação Slow Food para a Biodiversidade, em prol da credibilidade do projeto e de seus produtores e consumidores, resolveu fazer uma “poda radical”. “Precisava dar uma limpada”, afirma Francesca Baldereschi. Muitos projetos Fortalezas foram encerrados.

Depois disso, devagar, o número das Fortalezas italianas voltou a crescer.

As tabelas 2 e 3 apresentam o andamento dos projetos Fortalezas entre 2004 e 2014, respectivamente, na Itália (por região) e no mundo (por país). A sinopse dos dados totais é apresentada na tabela 4.

A Figura 6 mostra, no mapa, a distribuição regional das Fortalezas italianas, destacando os projetos que foram selecionados para o estudo de casos deste trabalho.

Tabela 2. Andamento das Fortalezas italianas por região.

Região	2004	2014	Varição
Val de Aosta	1	-	-1
Piemonte	26	30	+4
Lombardia	7	13	+6
Trentino-Alto Ádige	8	14	+6
Véneto	11	12	+1
Friul-Veneza Julia	3	9	+6
Ligúria	11	14	+3
Emília-Romanha	14	12	-2
Toscana	23	19	-4
Úmbria	2	6	+4

Marcas	8	6	-2
Lazio	3	4	+1
Abruzos	5	3	-2
Puglia	10	17	+7
Campânia	17	18	+1
Basilicata	5	4	-1
Calábria	4	5	+1
Sicília	32	37	+5
Sardenha	6	6	0
Fortalezas inter-regionais	1	2	+1

Em verde as regiões atualmente desprovidas de Fortalezas (elaboração da autora a partir de dados oficiais; <www.fondazione Slow Food.com/it/cosa-facciamo/i-presidi/>, acesso em: janeiro 2015).

Tabela 3. Andamento das Fortalezas mundiais por país.

País	2004	2014	Varição
Afeganistão	-	1	+1
África do Sul	-	2	+2
Albânia	-	1	+1
Alemanha	-	5	+5
Argentina	3	3	0
Armênia	-	1	+1
Áustria	-	5	+5
Bélgica	-	2	+2
Bielorrússia	-	1	+1
Bolívia	2	-	-2
Bósnia	1	2	+1
Brasil	4	8	+4
Bulgária	-	4	+4
Canadá	1	1	0
Capo Verde	-	1	+1
Chile	5	3	-2
China	1	1	0
Chipre	-	1	+1
Colômbia	-	1	+1
Croácia	1	1	0
Dinamarca	1	-	-1
Equador	1	1	0
Egito	-	1	+1
Espanha	4	11	+7
Estados Unidos	4	5	+1
Etiópia	-	4	+4
França	5	22	+17
Geórgia	-	1	+1
Grécia	2	-	-2
Guatemala	1	2	+1
Guiné Bissau	-	2	+2
Holanda	3	11	+8
Honduras	-	1	+1
Hungria	1	1	0

Índia	2	1	-1
Irlanda	2	1	-1
Japão	-	1	+1
Líbano	-	2	+2
Macedônia	-	2	+2
Madagascar	2	2	0
Malásia	1	1	0
Mali	-	2	+2
Marrocos	1	4	+3
Mauritânia	-	1	+1
México	3	5	+2
Moçambique	-	1	+1
Noruega	-	5	+5
Nova Caledônia	-	1	+1
Peru	2	3	+1
Polônia	3	2	-1
Portugal	1	-	-1
Quênia	-	5	+5
Reino Unido	5	2	-3
România	-	2	+2
São Tomé e Príncipe	1	-	-1
Senegal	-	2	+2
Sérvia	-	1	+1
Serra Leoa	-	1	+1
Suécia	1	3	+2
Suíça	1	22	+21
Tajiquistão	-	1	+1
Tunísia	-	1	+1
Turquia	-	2	+2
Uganda	-	1	+1
Uzbequistão	-	1	+1

Em azul os países onde o projeto foi implantado recentemente; em verde os países onde havia Fortalezas e onde não tem mais (elaboração da autora a partir de dados oficiais; <www.fondazione-lowfood.com/it/cosa-facciamo/i-presidi/>, acesso em: janeiro 2015).

Tabela 4. Andamento das Fortalezas italianas e internacionais no período 2004-2014.

	2004	2014	Varição
Fortalezas italianas	197	231	+34
Fortalezas internacionais	65 em 30 países	184 em 60 países	+119

Elaboração da autora a partir dos dados oficiais

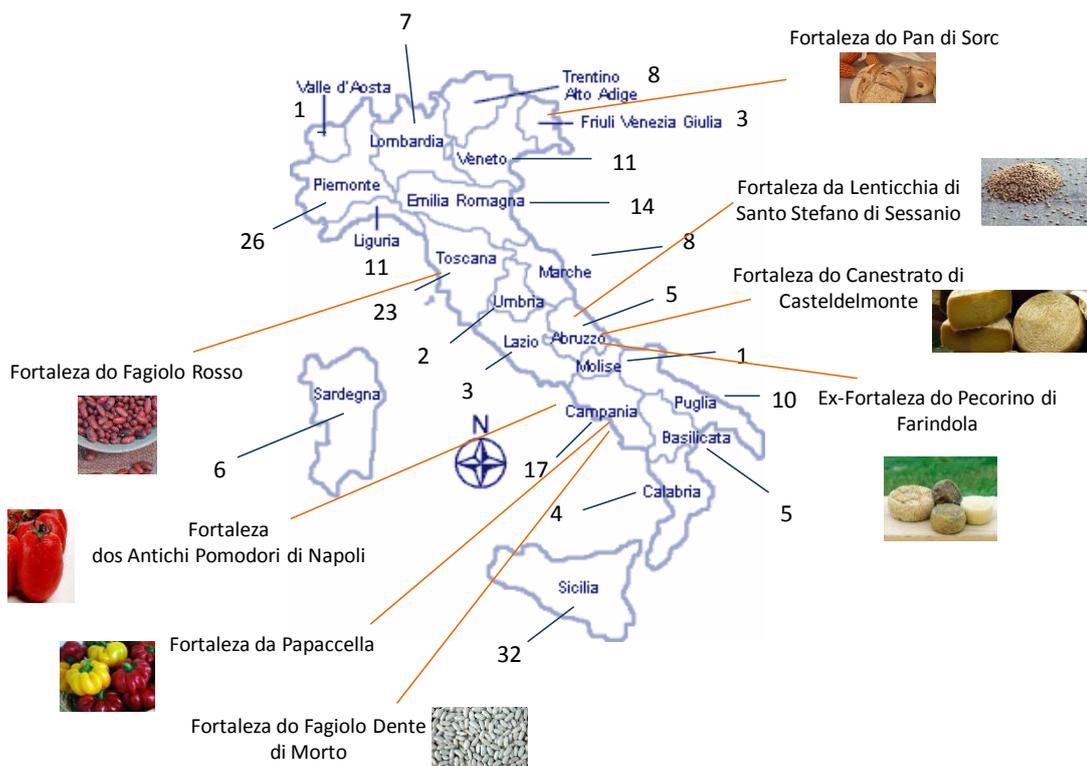


Figura 6. Números das Fortalezas italianas por regiões (dados de 2014) e Fortalezas analisadas como estudos de caso para o presente trabalho (figura elaborada pela autora).

3.2 O INÍCIO DO PROJETO FORTALEZAS NO BRASIL

Entre 2004 e 2012, no Brasil foram instituídas 10 Fortalezas. Atualmente, os projetos ativos são 8 (Figura 7). Duas Fortalezas, a do Aratu e do Feijão Canapu, não tiveram continuidade.

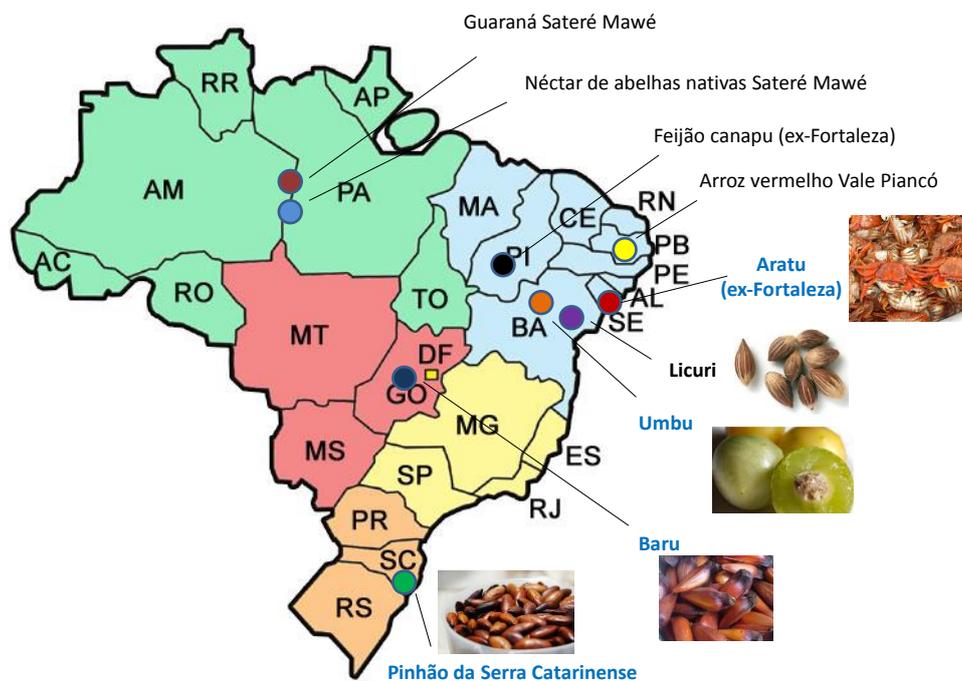


Figura 7. Os produtos do projeto Fortalezas no Brasil (em azul as Fortalezas consideradas como estudos de caso deste trabalho e apresentadas no cap. 4; figura elaborada pela autora).

Com exceção da Fortaleza do Guaraná Sateré-Mawé, que teve uma história peculiar anterior à chegada oficial do Slow Food e ao acordo com o MDA, todos os demais projetos surgiram graças a um processo análogo, no que concerne à iniciativa e aos principais atores envolvidos³⁵. Os relatos de Humberto Oliveira (da Secretaria de Desenvolvimento Territorial do MDA) e Gabrio Marinozzi retratam o itinerário de forma clara e sintética.

O que facilitou a identificação dos produtos da Arca, primeiro, das Comunidades do Alimento, e, depois, das Fortalezas – diz Humberto Oliveira – foi a convivência cotidiana com os territórios, através dos Colegiados de Desenvolvimento Territorial (CODETER).

Em termos de sistematização, isto se desenvolveu sobretudo no período entre 2004 e 2008, graças ao trabalho de Roberta Sá (MDA).

Como já ouvimos, para os produtores e os produtos brasileiros, a primeira referência temporal, historicamente marcante, é o Terra Madre de 2004.

³⁵ A valorização comercial do Guaraná Sateré-Mawé, a mais antiga Fortaleza brasileira, iniciou na década de 1990, graças ao trabalho das ONGs ACRA e ACOPIAMA, articulado pelo italiano Maurizio Fraboni. Hoje, o projeto reúne no Consórcio de Produtores Sateré-Mawé-CPSM 500 famílias de produtores da Terra Indígena Andirá-Marau. O objetivo é manter produção, venda e exportação dentro das redes comerciais do *fair trade*. Hoje, os referentes da Fortaleza são Maurizio Fraboni, Obadias Batista Garcia e Maria Cristina Negro (cf. <www.slowfoodbrasil.com/fortalezas/fortalezas-no-brasil/108-fortaleza-do-guarana-nativo-satere-mawe>; <www.fondazione Slow Food.it/presidi/>, acesso em: janeiro 2015).

Todos os entrevistados falam deste evento como de um marco fundamental, a partir do qual teve início uma época. Entre os produtos que foram levados para ser exibidos e vendidos em Turim, estavam os que viriam a ser as Fortalezas.

“Com os produtos idôneos para se tornarem Fortalezas foi preciso fazer um trabalho específico”, conta Gabrio Marinozzi, que prossegue:

No Brasil a ideia, pelo menos no começo, foi de escolher produtos que, de verdade, fossem alimentos ligados a um território, mas que fossem também produtos da base alimentar, da dieta básica dos brasileiros. Não fazia sentido ir buscar as raridades. Essa era nossa ideia inicial. Quando conhecemos o feijão canapu, por exemplo, em minha opinião, aquele era um produto muito interessante. Claro, o produto sozinho não era suficiente para garantir o sucesso [...]. Mas a ideia era ressaltar produções de qualidade dentro da dieta de base e num discurso de segurança alimentar para as populações das regiões produtoras. [...]

Para escolher as Fortalezas, no Brasil, foi feito uma espécie de concurso, tipo um edital, uma chamada para os produtos que iriam receber o apoio de um pequeno projeto do Slow Food e do MDA, e foi divulgado por várias redes. Utilizamos sempre a rede que a Secretaria de Desenvolvimento Territorial já tinha. E utilizamos também a rede de contatos da Embrapa, que trabalha com os produtores no Brasil inteiro e tem uma rede bem interessante [...].

E, assim, começaram a chover candidaturas. Em alguns casos, fortuitamente, descobrimos produções incríveis. Em outros, o conhecimento direto da SDT, que trabalhava com alguns produtores, foi útil [...]. Chegamos a uma dezena de candidaturas selecionadas. Preparamos fichas onde, para cada produto, falávamos sobre o alimento, sua produção, o território, a tradição, os produtores etc. Anexamos fotos e enviamos para a Fundação Slow Food.

Para selecionar os produtos brasileiros candidatos foram considerados alguns critérios básicos. O produto tinha que ser peculiar (geneticamente) e característico de um território. Foram escolhidos produtos de origem vegetal, porque os produtos animais e as carnes têm muitas dificuldades para viajar e serem comercializadas fora (devido às regras sanitárias).

Nessa fase inicial, os projetos Fortalezas brasileiros foram patrocinados também pelo governo regional da Regione Veneto (Itália).

Entre as candidaturas brasileiras havia casos de produtos cultivados por agricultores já organizados e reunidos em cooperativas e casos de produtores que não tinham nenhuma forma de organização. O quadro era bem heterogêneo, em termos de consciência e organização local.

Em relação a isto, Gabrio Marinozzi destaca exatamente os elementos e reflexões que, daqui em diante, traçam nosso percurso interpretativo.

O sucesso ou o fracasso de um tipo de projeto como as Fortalezas internacionais – afirma Gabrio – depende de um elemento chave: a organização dos produtores. Se os produtores são organizados e têm estruturas associativas ou cooperativas que funcionam, se, portanto, há um tecido social e lideranças com uma visão favorável, as coisas vão para frente. Se faltar isso, se o projeto for destinado a uma região onde os produtores não são organizados, onde o conflito local é forte e este conflito não permite que os produtores se juntem, então é provável que o projeto fracasse. Quando se trata de situações de pobreza – continua o entrevistado – e a pobreza corresponde a uma pobreza social, da cultura cívica, de “poder fazer as coisas juntos”, isso com certeza é uma grande barreira.

3.3 OS PROJETOS FORTALEZAS COMO LABORATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO LOCAL

Poucos anos atrás, o Slow Food e a Fundação Slow Food para a Biodiversidade publicaram um estudo intitulado “I Presidi Slow Food in Europa, un modello di sostenibilità. Valutazione dei risultati socioculturali, agroambientali ed economici - 2000-2012” (“As Fortalezas Slow Food na Europa, um modelo de sustentabilidade. Avaliação dos resultados socioculturais, agroambientais e econômicos - 2000-2012”). O trabalho analisa a sustentabilidade econômica, ambiental e social de 47 das 269 Fortalezas europeias existentes na época da pesquisa, para o período 2000-2012, por meio de dados quantitativos e qualitativos, relevados com questionários estruturados e fechados (tipo *escolha múltipla* e escalas numéricas para graduar os níveis de satisfação), e a construção de cerca de 50 indicadores.

Os resultados são, como é fácil imaginar, positivos, sob todos os pontos de vista.

Mas, como se faz para medir a sustentabilidade global de um projeto de valorização dos produtos e do trabalho dos produtores locais?

Os dados econômicos e comerciais – volumes de venda, aumento de preço no mercado, número de novos produtores ingressando no projeto etc. – servem para avaliar a viabilidade econômica. Porém, como afirma Francesca Baldereschi, esse tipo de sucesso pode não corresponder a um progresso mais amplo, em termos sociais e de organização coletiva. Os avanços relativos à cooperação entre atores locais e integração de gênero, por exemplo, ou às formas em que os recursos obtidos são utilizados (instrução dos filhos, reinvestimentos em melhorias do lugar de vida e de trabalho etc.) dificilmente podem ser avaliados apenas a partir de questionários múltipla escolha. Ou, pelo menos, este instrumento não permitirá colher

detalhes qualitativos e complexos, além das declarações sintéticas das pessoas. Em substância, como essas experiências podem ser estudadas enquanto laboratórios de desenvolvimento local?

A valorização de produtos agroalimentares típicos é um processo articulado, que envolve uma pluralidade de atores, detentores de interesses específicos que, portanto, perseguem objetivos individuais, às vezes contrastantes.

A montante está a relação estrita que o produto típico e seu sistema de produção mantém com o território, uma relação que implica uma multiplicidade de capitais (natural, humano, social, cultural, etc.), sobre os quais o funcionamento do sistema de produção e consumo exerce efeitos positivos e negativos.

Essa complexidade faz com que a valorização dos produtos típicos adquira um significado que vai além da simples comercialização: é um processo capaz de criar um valor bem mais amplo, compreensivo de componentes extraeconômicos. Além do ganho monetário, os efeitos diretos e indiretos de uma experiência de valorização de um produto local podem ser avaliados sob as perspectivas da equidade e da sustentabilidade, de acordo com uma visão coletiva de avanço e sucesso.

Ao falar de produtos agroalimentares locais que, graças à ação de valorização, podem ser chamados também de típicos, é necessário começar pelas definições.

O produto agroalimentar típico é definido como um produto que apresenta alguns atributos de qualidade únicos, que expressam a especificidade do contexto territorial peculiar em que o processo produtivo é realizado. As características do produto, tanto as materiais como as imateriais, são irreproduzíveis fora daquele contexto econômico específico, ambiental, social e cultural. Por isso são únicas. Portanto, o produto deriva sua própria especificidade do fato de ser estritamente ligado ao território, ao que os franceses chamam de *terroir* (DELFOSSÉ, 1996; CASABIANCA et al., 2005).

As dimensões relevantes para determinar a tipicidade do produto agroalimentar são três: (i) especificidade e originalidade das matérias-primas e dos recursos utilizados no processo produtivo; (ii) história e a tradição produtiva; (iii) dimensão coletiva e presença de conhecimentos localmente compartilhados.

As matérias-primas originárias determinam as peculiaridades organolépticas dos produtos e os atributos de qualidade gerados pelo ambiente físico no qual o produto é realizado (recursos genéticos, características pedoclimáticas, etc.). Entretanto, a tipicidade não deriva apenas dos recursos naturais, a partir do momento que é a ação humana, com seus saberes e práticas transmitidos ao longo do tempo, que cultiva e transforma os recursos

naturais. Na evolução de fazeres e saberes e da adaptação das técnicas produtivas e transformativas ao contexto específico, os aspectos natural e social do lugar se fundem.

O vínculo entre produto e território, além da tradição histórica, inclui também aspectos de cultura e identidade locais, na medida em que o produto caracteriza a memória social da população local e representa, para ela, um elemento de identificação. Nesse caso, o elemento cultural identitário adquire um papel fundamental, que favorece a vontade coletiva de preservar o produto e que fortalece eventuais percursos de valorização localmente empreendidos.

A importância da tradição histórica e da memória, porém, não devem sugerir uma ideia de rigidez e imutabilidade. Assim como, ao longo do tempo, a relação entre território e produto foi continuamente reinterpretada de acordo com exigências e contingências ambientais, econômicas, normativas, culturais ou comerciais, hoje, as ações de valorização devem incluir oportunidades de mudanças e abertura para a inovação. Tradição e inovação devem poder ser negociadas e reinterpretadas em prol da melhoria, por meio da discussão coletiva, com base na identificação de um núcleo central de tipicidade a ser preservado.

Com efeito, a dimensão coletiva é a marca da junção de um produto com seu território de origem: em geral, tanto o território como o produto, ao longo do tempo, se afirmaram, consolidaram e mudaram através da relação com um grupo de pessoas — não apenas em função de um único indivíduo ou de uma empresa. As características do vínculo entre território e produto resultam de um processo, longo e complexo, de contratação entre os produtores locais, entre produtores e população local e, quando o produto alcança mercados mais longínquos, entre estes e os consumidores e cidadãos mais distantes. Para o território e coletividade local, o produto típico pode vir a ser um verdadeiro patrimônio.

Segundo uma definição mais completa, que incluía as reflexões até aqui explicitadas, o produto agroalimentar típico é o resultado de um processo histórico coletivo e localizado de acumulação de conhecimentos contextuais, fundado na combinação de recursos territoriais específicos, tanto de tipo físico como antrópico, que dão vida a uma ligação forte, única e irreproduzível com o local de origem (MARESCOTTI, 2006).

No que diz respeito ao significado de “valorização”, ela se traduz como a atividade, ou o conjunto de atividades, visando incrementar o valor de um bem. No caso de um produto agroalimentar, essa ação é muito articulada: a criação de seu valor depende de uma dialética entre mundo da produção, que incorpora no produto os recursos, portanto os valores-custo, e as necessidades expressadas pela sociedade (o mundo do consumo), que reconhece ao produto valores de uso, mas também outros componentes não diretamente ligados ao uso direto do produto (BELLETTI, 2006).

Um produto típico traz do território atributos de qualidade específicos, não apenas de tipo material (aspecto, característica químicas e de gosto etc.) e imaterial (ligação com cultura, meio ambiente, artesanato e tradições locais), mas também “externos”, isto é, os valores intrínsecos, originários da relação exclusiva entre o produto e o local de procedência, que o consumidor pode fruir plenamente apenas adotando uma atitude de consumo “contextualizante”. O consumidor que reconhece todos esses valores estará disposto a pagar um preço mais alto por um produto típico, e a preferi-lo a um produto indiferenciado da mesma categoria. Mas, o conceito de valor não se exaure simplesmente no preço final.

A valorização visa harmonizar as características da produção com as expectativas do consumo e da sociedade em geral, visibilizando a pluralidade de atributos do produto e educando os consumidores com base nas peculiaridades que ligam o produto ao território e a sistemas de produção valiosos, porque diferenciados. Ora, a situação ideal é aquela na qual o preço final no mercado consegue incorporar o valor de uso direto, assim como os valores de uso indireto, como a relação histórico-produtiva, ambiental, cultural, o valor de herança (transmissão a gerações futuras do produto e do conjunto de elementos correlacionados), assim como o valor da manutenção de variedades genéticas (espécies e raças), de paisagens, de tradições em risco de erosão.

A justa valorização de um produto – e do trabalho dos produtores – é aquela que consente a produção e a reprodução, ao longo do tempo, do conjunto dos recursos e dos capitais, materiais e imateriais, necessários para sua realização, segundo as formas e as atitudes consolidadas pela tradição, ou seja, pelo “modo de fazer” local (BELLETTI, 2006).

Geralmente, o consumidor médio, por meio do pagamento do preço de mercado, não consegue remunerar por inteiro o conjunto de valores do produto típico. Disso surge a possibilidade de apoio por parte do operador público e, eventualmente, de outros sujeitos detentores de interesse coletivo (fundações e associações, entidade locais etc.), por meio de mecanismos não de mercado, como incentivos monetários, auxílio nos investimentos, medidas para favorecer a criação de mercados (por exemplo, graças a uma melhor informação aos consumidores, com ações de promoção ou ajudando na adoção de sistemas de qualificação e certificação do produto). A sustentabilidade da ação de valorização, isto é, a capacidade do sistema que produz o produto de remunerar os recursos endógenos — portanto, de reproduzir a si mesmo e os efeitos que ele tem sobre o ambiente externo em volta dele — depende de dois aspectos: a forma de os atores (produtores, empresas e outros agentes) incorporarem no produto os recursos locais, em particular as peculiaridades do território; e o fato de os consumidores e outros atores externos ao sistema atribuírem valor às características do produto que derivam desses recursos (BELLETTI, 2006; BRUNORI, 2006a).

Os interesses e os atores envolvidos na produção e valorização do produto típico local são múltiplos e heterogêneos. Disso podem surgir problemas e conflitos de natureza coletiva que interferem com as escolhas individuais de cada empreendedor. A justa remuneração dos recursos gastos na produção do bem em questão não é suficiente para garantir a sustentabilidade geral da ação de valorização. Exclusão de alguns e incremento do poder de outros, repartição desigual dos benefícios e do poder de escolha, ingresso de agentes novos, repentina mudança e desequilíbrio das posições e das dinâmicas sociais locais, enriquecimento rápido, alteração dos direitos de propriedade, vontade de expansão e de utilizar mais intensivamente os recursos naturais, risco de “de-tipicização” do produto e do sistema de produção: todas as consequências possíveis dizem respeito à equidade e à necessidade de monitorar a sustentabilidade social, cultural e ambiental dos projetos de valorização, além da econômica.

Ao procurar afinar nossos instrumentos de avaliação qualitativa e nossas chaves interpretativas nessa direção, encontramos os autores e conceitos reunidos e apresentados nas próximas páginas.

O motivo da escolha tem a ver com a utilidade que todos eles proporcionam, não em fornecer parâmetros para a avaliação dos resultados, mas sim para a pesquisa dos possíveis fatores subjacentes aos resultados: natureza, peculiaridades e articulação das dinâmicas prévias a qualquer resultado são consideradas e exploradas como sendo a raiz de desempenhos mais ou menos exitosos.

O foco, portanto, não está em proporcionar um modelo de avaliação final, mas em encontrar chaves e caminhos que levem aos resultados finais.

O que tem por trás de um projeto que deu certo? E de um que fracassou? A indagação investe o sentido dos componentes do tecido sociocultural e dos padrões de comportamento relacional entre atores. Dinâmicas e redes para a ativação dos capitais materiais e imateriais: estes são os conceitos fundamentais a partir dos quais nosso trabalho, por inteiro, se desdobra. Para chegar a compreendê-los, descobrimos a necessidade de dar mais um passo, mais a fundo, em direção à origem de concepções primárias do comportamento social e econômico: a de pessoa, de vida em comum e de responsabilidade individual e coletiva frente aos destinos, individual e coletivo.

3.4 REDES , CAPITAIS E CICLOS: O REFERENCIAL TEÓRICO

Com base no que foi apresentado no capítulo 1, ao definir nosso referencial teórico e hermenêutico, achamos especialmente profícuo começar dialogando com o pensamento de Melucci (1980, 1984, 1985, 1988a, 1988b, 1989) e incorporar o conceito clássico de rede assim como proposto por Diani: uma rede é o conjunto de interações existentes entre nós, interligados por vínculos de relação. Podem ser considerados nós da rede: indivíduos, organizações, eventos, entes coletivos e elementos discursivos (semânticos). Eles estão interconectados por vínculos de relação e ação diretos, indiretos, singulares, múltiplos, públicos ou privados (DIANI, 2003).

A abrangência e, ao mesmo tempo, a clareza descritiva dessa imagem a tornam uma das chaves interpretativas mais adequadas para abordar operativamente o tamanho, a complexidade e a articulação de um movimento social e de seu operar concreto no território, isto é, seus projetos de valorização das produções locais e de desenvolvimento das comunidades de produtores.

Estudando os projetos Fortalezas a partir da questão dos recursos territoriais, é possível entender a iniciativa promotora, o projeto e os produtos como fatores potenciais para o crescimento econômico e, ao mesmo tempo, como epifenômenos das dinâmicas socioculturais que definem a história e o desenvolvimento mais amplos da coletividade local.

Para tanto, os referenciais mais interessantes se encontram na literatura sobre desenvolvimento regional e territorial, competitividade territorial e territórios inovadores e sobre valorização dos recursos locais (produções alimentares, em particular), especialmente nas contribuições do Grupo Europeu de Pesquisa sobre Ambientes Inovadores (GREMI - Groupe de recherche européen sur les milieux innovateurs) e de um grupo de autores italianos especialistas do âmbito (Gianluca Brunori, Giovanni Belletti, Andrea Marescotti, Adanella Rossi, Alessandro Pacciani, Benedetto Rocchi e Donato Romano, entre os principais).

No caso do GREMI, a ideia principal é que a inovação emerge do território a partir das características socioeconômicas e culturais do próprio território, mais do que das empresas (PEYRACHE-GADEAU, 2004; CAMAGNI e MAILLAT, 2006; KEBIR, 2006).

A inovação seria, portanto, circunstancial ao ambiente dentro do qual ela é produzida, e não é definida por critérios técnicos ou universais. Tal abordagem permite dar atenção aos aspectos territoriais da inovação e aos processos de aprendizagem, para os quais são essenciais a proximidade espacial (na forma de diálogos, discussão, contatos pessoais), assim como todas as circunstâncias que permitem explorar relações tácitas de conhecimento e criar sinergias em volta de informações não codificadas, porém compartilhadas (COURLET, 2008).

Na visão de Crevoisier (2006), o ambiente inovador se articula com base em três eixos: (1) o paradigma tecnológico; (2) o paradigma territorial, que se refere à ancoragem territorial que permite a mobilização de recursos específicos e a participação nas redes locais de inovação e de apoio ao sistema produtivo (essas redes contribuem também para a reprodução do sentido de identidade e pertencimento ao sistema local); (3) o paradigma organizacional, constituído pelo conjunto de mecanismos e modalidades de envolvimento, participação e coordenação dos atores.

A cooperação entre os membros de uma sociedade não é algo dado *a priori* nem é, quando alcançado, uma aquisição permanente, mas sim deriva da criação e manutenção constantes do capital relacional ou social (CREVOISIER, 2006; COLEMAN, 1990; PUTNAM, 1993, 2000; BANFIELD, 1958; FUKUYAMA, 1996; BECCHETTI, 2005, 2008, 2013). Ao considerar o peso determinante que a confiança, a presença e a força de redes de relações multifuncionais detêm em ambientes inovadores, o capital social relacional é de fundamental importância. Ele resulta da sedimentação de recursos historicamente constituídos. Entre eles há a cultura da reciprocidade, da confiança, da participação civil e política e do cuidado para com os bens coletivos (COPPIN, 2002; BECCHETTI, 2005, 2008, 2012).

Nessa ótica e para dispor de uma ferramenta analítica útil para compreender de forma sintética a constante duplicidade de nosso foco de estudo (movimento-território, história-ação, proposta-realização), nos inspiramos na moldura metodológica da *sociologie de l'acteur réseau*, mais conhecida como *Actor Network Theory* (ANT), em combinação com os instrumentos conceituais fornecidos pelos estudos dos *ciclos de traduções* (CALLON, 1986; LAW, 1992; AKRICH et al., 2006; LATOUR, 1998) e pelos estudos sobre dinâmicas de valorização e patrimonialização (BRUNORI, 2006a, 2006b; BELLETTI et al., 2006). O alicerce principal é constituído por algumas das principais interpretações do conceito amplo de capital social.

A abordagem da ANT se funda em um *princípio de simetria*, segundo o qual atores humanos e atores não humanos (*actants*) são considerados de forma idêntica na construção de redes (CALLON, 1986). Os atores não humanos podem ser entendidos na sua função de intermediação, como fatores que contribuem para a formação de redes de relações em volta deles. A combinação entre eles leva à constituição das conexões de novas estruturas organizativas, os *macro-atores*. Para entender o caráter e o peso dos atores não humanos, vale considerar a relevância de certos elementos imateriais, como as leis, os códigos éticos e morais e os paradigmas técnico-científicos, e de elementos materiais, como infraestruturas, prédios, meios de comunicação e transporte etc. Além da identificação das estratégias dos atores nela

envolvidos, a metáfora da rede possibilita a compreensão da relação entre comportamento individual e macro-atores, ou seja, os diferentes comportamentos individuais dentro de um determinado contexto social, espacial, cultural, político, econômico etc. (PICCIN, 2010). De fato, podemos entender a rede como o produto de uma estruturação, isto é, uma configuração constante e mutável de relações de poder e recursos.

A ANT também permite detectar situações de conflito e desequilíbrio entre atores, com base nas quais podemos identificar pontos críticos da organização do sistema territorial e fatores aptos a proporcionar/obstar oportunidades de desenvolvimento local (AKRICH et al., 2006).

Um bom exemplo de aplicação da Actor Network Theory para análise da organização de sistemas de produção e valorização de produtos típicos é representado pelos estudos do economista agrário italiano Brunori (BRUNORI et al., 2006b, 2006c). Pensar em termos de redes, atores e macro-atores permite ir além do estudo dos fluxos de recursos materiais (físicos e monetários) e integrar a compreensão da natureza das relações entre os nós da rede e os discursos que alimentam essas relações. Segundo o autor, é possível explicar a gênese do *capital territorial* endógeno de um território e como esse capital é incorporado nos produtos (BRUNORI et al., 2006b e 2006c). Mas também, poderíamos incrementar, como ele é aproveitado e/ou implementado por projetos de valorização.

Segundo alguns autores, o *capital territorial* inclui quatro componentes, sendo eles conjuntos de normas e modalidades compartilhadas, capitalizadas e incorporadas (LATOUR, 1998; AKRICH et al., 2006):

- o *capital natural*, composto de recursos físicos, paisagens, presença de espécies vegetais e animais, qualidade do clima, da água e do ar, fertilidade dos solos etc.;
- o *capital cultural*, constituído por técnicas de produção, artesanato, tradições locais, estilos de vida, cultura alimentar, monumentos, saberes, história e significados compartilhados;
- o *capital humano*, representado pelo conjunto de habilidades presentes nos indivíduos relativamente a suas profissões, ao conhecimento de fenômenos naturais e peculiaridades ecológicas locais, à capacidade social de comunicação e organização;
- o *capital social* (ou relacional), isto é, o potencial de ação coletiva ligado às redes familiares, fraternais, associativas, cívicas, profissionais etc.

A mobilização desses conjuntos de recursos propicia a criação de *capital simbólico*, o qual, ao fundar relações de confiança, reciprocidade e pertencimento ao sistema, sustenta todos os circuitos necessários à criação de valores materiais e imateriais, entre os quais o capital econômico.

Os recursos materiais e imateriais que compõem o capital territorial circulam através de estruturas relacionais localizadas nas dimensões espaciais e sociais, dentro das quais os atores se situam. Os atores, analogamente ao afirmado por Diani (2003), são nós de estruturas relacionais territoriais.

Em termos de identificação dos recursos locais a serem ativados para a obtenção de um desenvolvimento territorial, a proposta de Sergio Boisier também nos parece muito eficaz (1999).

O autor sugere considerar seis fatores que estariam diretamente vinculados ao surgimento de territórios organizados e de processos de desenvolvimento regional. Estes são:

1. Recursos
2. Atores
3. Instituições
4. Procedimentos
5. Cultura
6. Inserção no entorno

Entre eles, a interação entre conhecimento científico, consenso social e poder político coletivo é o nó crucial para provocar, no território, processos de crescimento e desenvolvimento.

As diferentes formas de capital que é possível encontrar em um território (organizado), se adequadamente articuladas entre si, produzem desenvolvimento. Tal articulação seria o resultado de atribuir valor ativo à forma mais importante de capital que se encontra no fundo de qualquer comunidade: o capital sinérgico.

Sugiro denominar de *capital sinérgico* a capacidade social ou, melhor, a capacidade *societal* (como expressão mais totalizante) de promover ações conjuntas destinadas a fins coletivamente e *democraticamente* aceitos, com o resultado conhecido de se obter, assim, um produto final que é maior do que a soma dos componentes. É uma capacidade normalmente latente em qualquer sociedade organizada. Como toda forma de capital, o capital sinérgico é um *estoque* de magnitude determinada em qualquer território e tempo, podendo receber fluxos de energia que aumentam esse estoque e a partir do qual fluem outros fluxos de energia dirigidos precisamente

para articular diversas outras formas de capital. A ideia de reprodução é inseparável do conceito de capital (BOISIER, 1999, p. 42, *itálico do autor*, tradução nossa).

As diferentes formas de capital identificadas por Boisier são:

1. capital natural
2. capital econômico
3. capital cognitivo
4. capital simbólico
5. capital cultural
6. capital institucional³⁶
7. capital psicossocial
8. capital social (ou cultura da reciprocidade e da confiança)
9. capital cívico³⁷

Capital sinérgico, capital social e capital cívico, conclui Boisier, estão vinculados entre eles de forma inextricável. Enquanto o capital social reflete um dado nível de confiança interpessoal, o capital cívico reflete a confiança organizacional.

Para compreender a evolução cronológica e a atuação de uma rede de atores, como pretendemos fazer neste estudo, outra teorização entre as mais pertinentes é, a nosso ver, a de *ciclo da tradução* proposta pelo sociólogo Michel Callon (1986). Ela permite descrever as dinâmicas e os elementos que intervêm nos processos sociais de aprendizagem, capacitação, inovação e valorização dos estoques de recursos (capitais) locais. O termo *tradução* deve-se às necessárias fases transformativas que os ciclos de ativação de relações requerem: uma série de operações de reformulação e representação de objetos e temas insignificantes e sem valor, *a priori*, mas que começam a adquirir valores à medida que começam a circular pelas redes e pelos atores. A tradução estabelece vínculos entre os nós e as diversas atividades, e torna a rede inteligível, mesmo em seus pontos conflituosos (PICCIN, 2010). Segundo Akrich et al. (2006), as quatro fases que compõem um ciclo de tradução são:

³⁶ O capital institucional é definido como: “o tecido institucional e organizacional, isso é, o conjunto tanto de normas como de estruturas, pode, dependendo da sua forma de funcionamento, elevar ou reduzir os custos de transação, dificultando ou facilitando o processo de crescimento e de desenvolvimento” (BOISIER, 1999, p. 46, tradução nossa).

³⁷ O capital cívico é definido como: “práticas políticas democráticas, de confiança nas instituições públicas, de preocupação pessoal com a *res publica* (BOISIER, 1999, p. 46, *itálico do autor*, tradução nossa).

1. problematização (*problématisation*);
2. envolvimento (*intéressement*);
3. participação (ou atribuição dos papéis, *enrôlement*);
4. mobilização (*mobilisation*).

Para realizar traduções, para facilitar o acesso de outros na própria rede, cada ator pode desempenhar o papel de mediador. Uma rede de relações locais pode se desenvolver e pode ser reativada a qualquer momento, quando for preciso resolver questões técnicas, financeiras, administrativas etc. (por isso a semântica do “capital” e do “estoque” à disposição).

Analogamente e para o mesmo escopo, autores como Brunori, Belletti, Marescotti, Rossi e Pacciani (BRUNORI, 2006b; BELLETTI, 2006; BELLETTI et al., 2006) identificam quatro etapas no processo de valorização do produto típico:

1. mobilização dos recursos;
2. qualificação do produto;
3. comercialização;
4. integração com outros componentes do território.

Os recursos a serem mobilizados no começo de qualquer projeto de valorização são constituídos pelos capitais natural, humano, cultural e social. Cada um desses recursos deriva de uma interação complexa, no tempo, entre território e comunidade local, da mesma forma que sua preservação depende da consciência compartilhada de dispor de recursos potenciais e da vontade de conservar e patrimonializá-los. A valorização, em substância, é uma negociação e uma construção social. A mobilização de recursos, com efeito, está ligada a aspectos materiais mas, sobretudo, a aspectos imateriais que agem diretamente sobre os primeiros (criação de novas relações socioeconômicas, processos de aprendizagem, de comunicação internos e externos etc.).

De acordo com os autores, a fase de mobilização dos recursos pode ser dividida, por sua vez, em quatro fases: (i) aquisição de consciência, (ii) comunicação para o externo do sistema produtivo, (iii) concertação da ação, (iv) reflexão crítica (BRUNORI, 2006b; BELLETTI, 2006; BELLETTI et al., 2006).

A mais interessante delas é sem dúvida a primeira. Ao identificar os elementos do território dotados de potencial para se tornarem recursos úteis à economia local, a comunidade local cumpre uma ação tríplice de conhecimento. Reconhece um recurso porque

reconhece um objetivo: a coletividade local torna transparente a relação benéfica possível entre elementos — matéria-prima inerte e até lá transcurada — e a melhoria das condições individuais e grupais; o resultado direto disso é o fortalecimento da confiança e do sentido de identidade coletivos, assim como o início da consolidação da capacidade de se organizar e autogerir.

A qualificação do produto consiste no planejamento, na projeção e modulação de seus atributos de qualidade, com o objetivo de especificar sua identidade, junto aos próprios atores locais, em relação aos consumidores e à sociedade mais ampla. A qualificação é, por sua vez, constituída por ações internas (construção e definição da identidade do produto e gestão de sua qualidade) e externas (criação da melhor alocação possível do produto no mercado, mediante ações de marketing e comercialização). Por depender da ativação de atores, redes de relações e recursos presentes no território, a qualificação também tem forte conotação intersubjetiva e coletiva. A fase de comercialização envolve basicamente ações de identificação dos consumidores alvos, dos mercados e das formas de venda mais apropriados, assim como de ações de promoção e sensibilização do consumidor.

Finalmente, a integração com outros componentes do território tem a ver com ações voltadas a tecer relações estáveis entre o produto – e os produtores – e outras fontes de bens e serviços de vários tipos, para que essa ligação seja visível e benéfica para todas as entidades envolvidas. A ação de integração abrange os agentes produtivos e se estende aos operadores de outros setores, como restaurantes, operadores turísticos e instituições locais interessadas em iniciativas de promoção territorial (associações, agências, entes públicos e órgãos das administrações locais). A alavanca de boas ações de integração territorial, sejam elas realizadas por meio da divulgação de itinerários turísticos enogastronômicos ou pelas parcerias entre setores distintos em prol do mesmo projeto social, é constituída pela capacidade de construir boas redes de alianças entre atores e entes presentes no território (BRUNORI, 2006b; BELLETTI, 2006; BELLETTI et al., 2006).

De fato, ficam evidentes as analogias e a concatenação entre todos os autores e os conceitos propostos.

Recapitulando, o aporte epistêmico-metodológico das teorias até aqui mencionadas permite ler os elementos que compõem as redes, incluindo os atores humanos e as dimensões político-administrativas, legais, econômicas e culturais, para alcançar parâmetros que expliquem os processos (ideação, iniciativa, promoção, apoio, envolvimento, participação, mobilização, capacitação, manutenção etc.) e os êxitos de projetos de valorização dos recursos locais.

Estudar os projetos Fortalezas como laboratórios de desenvolvimento à luz dos referenciais teóricos considerados significa:

- manter o conceito de rede — assim como proposto por Diani (2003)— como chave de leitura, enquanto estudamos seu desdobramento fora do movimento, sobre o território e por meio de projetos, com o objetivo de compreender as raízes culturais da ação e da participação;
- avaliar a capacidade do movimento Slow Food de gerar “movimentos”, isto é, a capacidade da rede do movimento de ativar redes de participação em volta de suas propostas no e para o território;
- considerar e integrar o papel tanto dos atores sociais quanto do conjunto de normas, leis, códigos éticos e morais, paradigmas técnico-científicos e condições infraestruturais (macro-atores) que orientam e condicionam os primeiros;
- compreender o papel dos fatores históricos, sociais, culturais, econômicos e político-legais nos processos de valorização dos recursos locais (DEDEIRE, 1997, 2002; DEDEIRE e TOZANLI, 2007) e de criação e patrimonialização dos bens coletivos (FRANÇOISE et. al., 2006);
- entender os ciclos de valorização e patrimonialização dos recursos locais a partir do estudo de criação e ativação do capital social, assim como definido e estudado na obra de Banfield, Coleman, Putnam e Becchetti (BANFIELD, 1958; COLEMAN, 1990; PUTNAM, 1993; BECCHETTI, 2012);
- integrar o conceito de *capital social* no conceito mais amplo de *capital territorial*, incluindo os elementos ulteriores descritos por Boisier, e observar como seus componentes são – ou não – socialmente reconhecidos, ativados e incorporados.

3.5 ACTANTS E MACRO-ATORES EM CENA: CARACTERÍSTICAS SALIENTES DO CONTEXTO ITALIANO E BRASILEIRO

Antes de chegar ao estudo de casos específicos dos projetos Fortaleza escolhidos, para entender o desenho das redes que os acompanham, seus nós e fatores, é necessário delinear alguns traços fundamentais dos contextos dentro dos quais estes ocorrem.

Itália e Brasil, com respeito aos temas tocados, apresentam algumas analogias, mas sobretudo diferenças estruturais muito grandes — ou, melhor dito, cujas raízes são bastante profundas. Estas são tão patentes e decisivas que, inevitavelmente, devem ser consideradas antes de qualquer outro passo.

Para fazer isso, começamos por algumas observações simples, que qualquer observador poderia fazer ao olhar um pouco mais de perto o contexto italiano e brasileiro no que diz respeito aos produtos alimentícios.

A Itália é, notoriamente, o país da boa comida. Essa fama, antiga e consolidada, hoje em dia se traduz na explosão de alguns fenômenos interessantes. Nos últimos três anos, por exemplo, em todas as principais cidades da península foram abertas sorveterias da firma Grom e mercados Eataly. A primeira é uma casa criada em 2003, em Turim, por dois jovens empreendedores, Federico Grom e Guido Martinetti, desejosos de resgatar a tradição sorveteira e investir na promoção da qualidade das matérias-primas e do processo de transformação: poucos ingredientes, sazonais, de procedência garantida e selecionados dão vida a um sorvete, ao final das contas, caro, porém totalmente artesanal e de sabor primoroso, fruto de um cuidado extremamente rigoroso³⁸.

A fila na porta das sorveterias Grom é sempre enorme.

Os mercados Eataly, surgidos em 2004 da mente do empreendedor italiano Oscar Farinetti, são grandes lojas, presentes na Itália e no mundo. Reúnem e oferecem ao consumidor, que percorre extasiado corredores e balcões, só produtos de excelência da enogastronomia italiana, de todos os setores, das cervejas às hortaliças, do chocolate aos pães, passando pelos queijos, a confeitaria e as massas. Pequenos, médios e grandes nomes de produtores — geralmente de nicho, às vezes não —, incluindo alguns produtores de Fortalezas Slow Food, são escolhidos na Itália inteira para serem vendidos nas lojas da cadeia Eataly (dentro dos mercados funcionam também alguns restaurantes que servem pratos realizados com os produtos vendidos na loja)³⁹. O prestígio e a visibilidade garantida aos produtos e aos produtores nas prateleiras de Eataly são imensos. Os preços, naturalmente, não são nada populares. Mas nos caixas de Eataly, também, as filas são sempre longas.

³⁸ Para conhecer os detalhes da filosofia e da história de Grom <<http://www.grom.it/>> acesso em março de 2015.

³⁹ Desde 2004, foram abertos mercados Eataly em Turim (2 mercados), Milão (2), Roma, Florença, Genova, Bari, Bolonha, Monticello d'Alba, Pinerolo (Itália), no Japão, em Nova York, Chicago, Dubai e Istambul. Em julho de 2015 foi aberto o primeiro Eataly do Brasil, em São Paulo. O Manifesto da filosofia de Eataly é publicado em: <<http://www.eataly.com/manifesto/>>, acesso em: março 2015.

A Itália é o país dos mil produtos típicos e do turismo enogastronômico. Cada vale, montanha, encosta e litoral da península oferece tradições riquíssimas em iguarias e variedades. A valorização desse patrimônio é um ponto de força conhecido e razoavelmente explorado. Ao colocar um selo ou um rótulo de qualidade ou denominação de origem, o preço dos produtos agroalimentares no mercado italiano sobe, às vezes vertiginosamente, até o produto ganhar os nichos mais requisitados. Basta lembrar das palavras de Francesca Baldereschi a propósito do peso, em termos de aumento de valor, notoriedade e poder de negociação nos mercados italiano e europeus, garantido aos produtores pela publicidade que o Slow Food faz de suas Fortalezas ou pela simples aposição no produto do selo com o caracol símbolo do movimento.

Nos anos recentes da crise econômica, passeando pelas ruas de Roma ou de qualquer outra cidade italiana, não é difícil perceber que uma grande quantidade de pequenas atividades comerciais de diversas tipologias fecharam, deixando espaço para lojinhas de comida típica, bistrot, restaurantes e lanchonetes alternativas (produtos orgânicos, *ecofriendly*, regionais, solidários etc.) que brotam sem parar. Só se vê comida. O tema enogastronômico protagoniza as ruas da cidade, assim como as páginas de jornais e os programas televisivos. Isso está acontecendo na mídia do mundo inteiro. No caso da Itália, a intensidade do fenômeno é proporcional à centralidade social e cultural do elemento “comida”.

A Itália, terra da comida boa, é o país que em 2015, de maio a outubro, hospedou o Expo Milano 2015, um evento internacional, totalmente dedicado a exposições e discussões sobre a alimentação e seu futuro.

O mesmo observador, deixando a Itália e chegando ao Brasil no começo da década de 2010 — como realmente aconteceu a quem escreve — se depara com algumas diferenças gritantes.

Primeiro, para ele o tamanho dos supermercados onde semanalmente se abastecem os moradores das principais cidades brasileiras é impressionante (na Itália se chamariam hipermercados). A imensidão dos ambientes, a altura das pirâmides de produtos empilhados são algo bem incomum, em comparação com a fisionomia dos comércios alimentares italianos. Assim como aparece incomum a onipresença, mesmo nas padarias ou nas lojinhas de bairro, de produtos industrializados das grandes multinacionais, sempre as mesmas, (Nestlé, Coca-cola, etc.).

Um consumidor italiano ou europeu, por exemplo, acostumado a evitar as grandes marcas da comida industrializada e a procurar produtos frescos e artesanais, a ter um contato

direto com os produtores e a fazer sua compra diária em várias pequenas lojas, ao chegar numa das maiores cidades brasileiras encontra algumas dificuldades, pelo menos no começo.

A escassa acessibilidade de produtos alternativos em relação aos industrializados e padronizados, especialmente no caso de pão, chocolate, queijos e frios, é devida não a sua inexistência, mas sim à dificuldade de localizá-los, de descobrir onde são vendidos (muitas vezes se trata de vendas informais, feitas na rua).

Em segundo lugar, a inacessibilidade é devida aos preços altos dos produtos artesanais de melhor qualidade, das hortaliças orgânicas e dos produtos naturais vendidos em loja.

Os sistemas de abastecimento e distribuição dos dois países são diferentes, especialmente nas grandes cidades, assim como é incomparavelmente diferente a atenção para a escolha e a procedência da comida.

Entretanto, ao longo dos últimos dois ou três anos, as coisas parecem mudar: em Brasília, por exemplo e de acordo com nossa experiência direta, o número de pequenas lojas especializadas em produtos naturais e orgânicos espalhadas pela cidade e acessíveis para o grande público consumidor aumentou rapidamente e de forma considerável; os grandes grupos de distribuição introduziram linhas de produtos orgânicos (a linha Taeq do Pão de Açúcar e a Viver do Carrefour, por exemplo); parece se difundir a preocupação com a saúde nutricional, a naturalidade e a qualidade dos alimentos; em São Paulo, com a presença de Carlo Petrini, foi inaugurado o primeiro mercado Eataly do Brasil.

Tudo o que acabamos de citar são apenas observações empíricas, escolhidas para dar uma ideia da tipologia — e da importância — das diferenças a serem levadas em conta na hora de tratar da mesma questão em contextos distintos. Trata-se de alguns exemplos entre as muitas evidências observáveis, capazes de refletir situações culturais, históricas, econômicas e políticas específicas. Todos eles representam manifestações cotidianas derivadas de elementos estruturais e institucionais, que em vários campos e setores contribuem para definir um determinado contexto. Entre eles estão, como mencionamos no parágrafo anterior, a conjuntura econômica, a orientação da política e dos financiamentos públicos, o valor atribuído a uma determinada tradição histórica, as normativas etc.

Trata-se daqueles elementos que a Actor Network Theory chama de *actants*, os atores não humanos. A combinação entre *actants* forma redes de fatores não humanos, ou seja, estruturas organizativas, verdadeiros macro-atores, elementos contextuais de ordem superior que influenciam fortemente o contexto em que os atores (humanos) agem.

Apresentar os principais *actants*, cujas derivações diretas entram na cena do nosso tema de estudo, é, portanto, prioritário.

3.5.1 A comida como bem cultural imaterial. O sistema de catalogação e salvaguarda na Itália e no Brasil

O bem cultural imaterial, por ser naturalmente processual e dinâmico, é fruto e testemunha de itinerários históricos de construção social, de formas de subsistência e de aproveitamento dos recursos naturais de determinadas épocas e regiões. As manifestações imateriais da cultura refletem crenças, mitos e ritos, num processo de influência e construção recíproca.

A Convenção Unesco denominada *The Convention for Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*, aprovada na 32ª sessão da Conferência Geral, acontecida em Paris no dia 17 de outubro de 2003, declara a interdependência fundamental entre patrimônio cultural imaterial e patrimônio cultural tangível.

Para os fins da Convenção, o patrimônio imaterial é descrito como “as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural” (Art. 2). Este patrimônio cultural imaterial se transmite de geração em geração e é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função de seu ambiente, de sua interação com a natureza e de sua história, gerando um sentimento de identidade e continuidade.

O “patrimônio cultural imaterial” se manifesta em particular através de:

- a) tradições e expressões orais, incluindo o idioma como veículo do patrimônio cultural imaterial;
- b) expressões artísticas;
- c) práticas sociais, rituais e atos festivos;
- d) conhecimentos e práticas relacionados à natureza e ao universo;
- e) técnicas artesanais tradicionais.

A Convenção entende por “salvaguarda” as medidas que visam garantir a viabilidade do patrimônio cultural imaterial, tais como a identificação, a documentação, a investigação, a preservação, a proteção, a promoção, a valorização, a transmissão – essencialmente por meio da educação formal e não formal – e a revitalização deste patrimônio em seus diversos aspectos (Art. 2).

A Convenção da Unesco para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial foi ratificada pelo Brasil em março de 2006.

No Brasil, os saberes e os fazeres relacionados com os alimentos, tanto na agricultura como na culinária, são oficialmente reconhecidos como patrimônio cultural nacional pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, autarquia vinculada ao Ministério da Cultura (IPHAN).

Para atender às determinações legais e criar instrumentos adequados ao reconhecimento e à preservação de bens culturais imateriais, o IPHAN coordenou os estudos que resultaram na edição do Decreto nº. 3.551 de 04/08/2000, que instituiu o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial, criou o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial (PNPI) e consolidou o Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC; cf. IPHAN, 2006).

O Decreto 3551/2000 constitui um instrumento de preservação de bens não materiais e processuais equivalente ao que o tombamento representa para os bens arqueológicos, arquitetônicos e artísticos. O Registro por ele instituído consta de quatro livros incluindo os bens imateriais, correspondentes a quatro categorias, ou tipologias de bens: Livro dos Saberes, Livro das Formas de Expressão, Livro das Celebrações e Livro dos Lugares. A metodologia de cadastramento segue geralmente a do Inventário Nacional de Referências Culturais-INCR (IPHAN, 2006; ALVES, 2011).

Até hoje, os bens registrados são 30 (cf. <<http://portal.iphan.gov.br>>, acesso em: novembro 2014).

O texto do decreto afirma que o registro de um bem cultural deve achar sua justificação na continuidade histórica e em sua relevância nacional para a memória, a identidade e a formação da sociedade brasileira (IPHAN, 2006). Isto é, o requisito prévio para o registro do bem cultural é sua relevância, reconhecida tanto na e pela sociedade local, quanto no que diz respeito a sua contribuição para a construção da cultura nacional.

A instituição do Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial viabiliza o reconhecimento dos bens mencionados como sendo parte integrante do patrimônio nacional, com base no princípio consagrado desde 1988 pelo Artigo 216 da Constituição:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nos quais se incluem:

I - as formas de expressão;

II - os modos de criar, fazer e viver; [...]

§ 1º - O Poder Público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação (BRASIL, 1988).

Por ser uma das componentes constitutivas da identidade cultural de uma sociedade e por ser representativa dos processos históricos que a constroem, segundo o intuito do legislador brasileiro, a comida entra nessa ação de reconhecimento e preservação (ALVES, 2011).

No específico, as formas de catalogação de bens culturais imateriais concernentes à comida implicam a documentação e sistematização do conjunto de dados históricos e etnográficos relativos (origens, transformações, continuidade, saberes, práticas e contextos de produção, circulação e consumo), assim como o reconhecimento, a valorização e a preservação deles e das manifestações a eles associados (festas, ritos, festivais, feiras, cantos, contos, danças, lugares etc.).

Com efeito, os bens relacionados com a comida catalogados nos três Livros do Registro — analogamente ao que acontece com qualquer expressão cultural que envolve o alimento — estão ligados ao calendário: incorporam o ritmo das estações e o tempo litúrgico, a alternância entre dias de trabalho e festivos, as manifestações sociais de troca e de encontro (MONTANARI, 2004). Entre eles, há o Ofício das Baianas de Acarajé, o Registro do Sistema Agrícola Tradicional do Rio Negro, o Registro do “Modo Artesanal de fazer Queijo de Minas nas regiões do Serro e das serras da Canastra e do Salitre”, o Almoço do Círio de Nazaré, as comidas tradicionais da Festa de Sant’Ana de Caicó, região do Seridó (RN), o registro do Ritual de pesca Yaokwa (Vale do Juruena, MT) e a Produção Tradicional e Práticas Socioculturais Associadas à Cajuína no Piauí. São candidatos a entrar no Registro também mercados e feiras alimentícias, como o Mercado Central de Belo Horizonte, a Feira de São Joaquim (em Salvador) e o Mercado Ver-o-Peso, em Belém do Pará (ALVES, 2011).

No que diz respeito à Itália, a Convenção Unesco de 2003 (*Convenzione per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale*), foi ratificada em 27 de setembro de 2007, por meio da Lei n.167. Conforme estabelecido pelo artigo 12 da Convenção, para assegurar a identificação e a salvaguarda, o Estado, sob a autoridade do Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo (Ministério dos Bens e das Atividades Culturais e do Turismo) tomou providência para criar e preencher listas dos bens imateriais presentes em seu território.

Para isso, tem sido implementando o *Progetto integrato per il Patrimonio Culturale Immateriale e la Diversità Culturale-PACI*, coordenado pelo Istituto Centrale per il Catalogo e la Documentazione (ICCD) em parceria com o Istituto Centrale per i Beni Sonori ed Audiovisivi (ICBSA) e o Istituto Centrale per la Demoetnoantropologia (IDEA). O projeto constitui o momento de início da ação de catalogação do patrimônio cultural imaterial italiano. A catalogação, provisoriamente, utiliza a versão reduzida de uma ferramenta já existente, a ficha catalográfica BDI-*Beni demoetnoantropologici immateriali*, do ICCD. A atividade de

levantamento, documentação e processamento dos dados de campo é realizada por etnólogos e antropólogos.

No site do PACI estão publicadas todas as fichas, organizadas segundo um critério geográfico, com a documentação em áudio, vídeo e fotográfica anexa ao bem em questão (cf. <<http://iccd.beniculturali.it/paci/paciSite/>>, acesso em: novembro de 2014).

Até hoje os ofícios de bens culturais imateriais italianos registrados apenas pelas categorias “dieta mediterrânea” e “banquetes rituais” são cerca de 250.

Tanto no caso da Itália quanto do Brasil, o registro nas listas de bens culturais tem valor apenas declaratório – e até hoje tem se traduzido principalmente em uma ação de catalogação “estática”, mais do que na promoção e valorização *in situ*.

O registro, por sua natureza, não cria direitos, selos ou valores comerciais de qualquer espécie. Independentemente dos instrumentos aprontados pelos entes governamentais de tutela dos bens culturais (como, por exemplos, os Planos de Salvaguarda elaborados pelo IPHAN), as questões inerentes a direitos intelectuais, patentes, tutelas das denominações, das formas de comercialização e dos processos originais de produção abrem outro campo de debate e trabalho legislativo. Tais aspectos, indissociáveis dos bens e de suas fases de produção e venda, necessitam de formas de reconhecimento, valorização e tutela específicas, cuja formulação compete às autoridades dos setores agrícola, comercial e sanitário, tanto na esfera nacional como internacional.

A este propósito, os produtores e os inúmeros produtos alimentícios típicos e regionais italianos – que são dotados de maior valor de mercado, em comparação com os produtos indiferenciados – usufruem da tutela do importante aparato legal fornecido pela Comunidade Europeia em matéria de denominações de origem e geográficas.

No Brasil, tal dispositivo, ainda incipiente por razões históricas, culturais e econômicas, parece estar encaminhado.

3.5.2 Indicação e denominação geográficas: sistemas de tutela legal na Itália e no Brasil

3.5.2.1 DOP, IGP e STG: a normativa e os rótulos europeus

Desde 1992, a Itália, como todo país membro da União Europeia, dispõe de uma ferramenta legal importante para suas produções alimentícias e produtores, tanto em termos de tutela, como de agregação de valor de mercado.

Na base da providência tomada pela UE está uma simples consideração sobre as condições das produções alimentícias europeias nos mercados comunitários e extracomunitários.

Quando um produto alimentar se torna conhecido nos mercados fora da sua zona de origem pode encontrar-se em concorrência com produtos de imitação que utilizem o mesmo nome (com o intuito de aproveitar o prestígio adquirido pelo primeiro). Esta concorrência desleal não só mina os esforços feitos pelo produtor ou pelo fabricante para adquirir o bom nome, como também deixa os consumidores confusos em relação a qual dos produtos é o genuíno e quais são cópias.

Todos os Estados-membros da UE, ao longo das últimas três décadas, tentaram proteger essas produções originais e denominações por uma grande e heterogênea pluralidade de sistemas (proteção da marca registrada, denominações de origem, através do sistema jurídico etc.).

A União Europeia introduziu a lei relativa à proteção das indicações geográficas e denominações de origem das produções agrícolas e alimentícias dos países da União e do Espaço Econômico Europeu em 14 de Julho de 1992, proporcionando um aparato único, a nível comunitário, para harmonizar as distintas tentativas nacionais de proteção.

O Regulamento CEE de 1992, com suas sucessivas retificações, abrange todos os produtos alimentares, com exceção dos vinhos e bebidas alcoólicas — já abrangidos por legislação comunitária anterior — com o objetivo de introduzir clareza no mercado e proteger os interesses de produtores e consumidores⁴⁰.

É interessante considerar a demanda que está por trás dessa ferramenta legal, isto é, analisar os contextos sociocultural e econômico que levaram à formulação do Regulamento, assim como descritos em seu preâmbulo:

⁴⁰ O Regulamento (CEE) n. 2081/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios, foi revogado pelo Regulamento (CE) n. 509/2006 do Conselho de 20 de Março de 2006 e pelo Regulamento (CE) N. 510/2006 do Conselho de 20 de Março de 2006, ambos revogados e substituídos pelo Regulamento (UE) n. 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho de 21 de novembro de 2012, relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios (os regulamentos são disponíveis em língua portuguesa de Portugal, respectivamente, em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992R2081:PT:HTML>>; <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R0509&from=IT>>; <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:PT:PDF>>; <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32012R1151>>, acesso em: novembro 2014)

- (1) A qualidade e a diversidade da produção agrícola, das pescas e da aquicultura da União são um dos seus importantes pontos fortes, conferindo uma vantagem concorrencial aos produtores da União e dando um contributo de relevo para o património cultural e gastronómico vivo da União. Tal deve-se às competências e à determinação dos agricultores e produtores da União, que souberam preservar as tradições e simultaneamente ter em conta a evolução dos novos métodos e materiais de produção.
- (2) Os cidadãos e consumidores da União exigem cada vez mais produtos de qualidade e produtos tradicionais. Preocupam-se igualmente em preservar a diversidade da produção agrícola na União. Tal gera uma procura de produtos agrícolas ou de géneros alimentícios com características específicas identificáveis, em especial as que estão associadas à sua origem geográfica.
- (3) Os produtores só podem continuar a produzir uma gama diversificada de produtos de qualidade se o seu esforço for recompensado de uma forma justa. Isto implica que possam comunicar aos compradores e consumidores as características dos seus produtos em condições de concorrência leal. Implica igualmente que os produtores possam identificar corretamente os seus produtos no mercado.
- (4) Ao recompensar os produtores pelos seus esforços de produção de uma gama diversificada de produtos de qualidade, os regimes de qualidade podem ser vantajosos para a economia rural. Isto é particularmente verdade para as zonas desfavorecidas, as zonas de montanha e as regiões ultraperiféricas, onde o setor agrícola representa uma parte significativa da economia e os custos de produção são elevados. Desta forma, os regimes de qualidade podem constituir um contributo e um complemento para as políticas de desenvolvimento rural, assim como para as políticas de apoio ao mercado e aos rendimentos da política agrícola comum (PAC). Podem, nomeadamente, dar um contributo nas zonas em que o setor agrícola tem um peso económico mais importante, e em especial nas zonas desfavorecidas (UNIÃO EUROPEIA, 2012: Regulamento UE n. 1151/2012, versão em língua portuguesa de Portugal).

Para isso, a legislação institui três tipologias principais de registo:

Denominação de Origem Protegida (DOP) - consiste na utilização do nome de uma região ou localidade, ou, em casos excecionais, de um país, para designar um produto originário dela, cujas características são devidas, essencial ou exclusivamente, ao meio geográfico específico, aí se compreendendo a totalidade dos fatores naturais (clima, características ambientais) e humanos (técnicas artesanais transmitidas no tempo, savoir-faire etc.) que o distinguem. Para que um produto seja reconhecido como DOP, todas as fases de produção, processamento e transformação devem ser realizadas na área geográfica indicada e delimitada.

Indicação Geográfica Protegida (IGP) – é obtida quando as características diferenciadoras dos produtos são diretamente atribuíveis ao contexto geográfico da

região de origem; o nome de uma região ou localidade, ou em casos excepcionais de um país, é adquirido para designar um produto agrícola ou alimentar como originário de uma região ou lugar específicos quando sua reputação ou outras características são atribuíveis a tal origem geográfica. Para isso, sua produção e/ou processamento e/ou transformação devem ser realizadas na área geográfica indicada e delimitada (quer dizer, pelo menos uma, mas não necessariamente todas essas fases).

Especialidade Tradicional Garantida (ETG) – garante um produto ou um processo de produção tradicionais, desligados de uma origem geográfica determinada. Tal denominação interessa produções agrícolas e alimentares que tenham uma “especificidade” ligada aos métodos produtivos ou a sua composição, relacionados com as tradições de uma região ou contexto, mas que não necessariamente devem ser produzidos na mesma⁴¹ (UNIÃO EUROPEIA, 2012; COMUNIDADE ECONÔMICA EUROPEIA, 1992; COMUNIDADE EUROPEIA, 2006).

Apenas os produtos que obtêm uma das indicações de origem acima mencionadas podem ser sinalizados pelo rótulo específico, padronizado e idêntico para todos os países membros (Figura 8).



Figura 8. Selos oficiais (versão italiana) em uso para produtos com Denominação de Origem Protegida, com Indicação Geográfica Protegida e para Especialidade Tradicional Garantida.

Conforme estabelecido pelo Regulamento da UE, o pedido para o reconhecimento e a obtenção de um rótulo de denominação de origem DOP, IGP ou ETG deve ser encaminhado por um grupo de produtores, organizados em associação (consórcio ou qualquer forma associativa legalmente reconhecida) – e não por uma empresa ou produtor individual⁴².

⁴¹ O Regulamento EU n. 1151/2012 introduziu duas novas indicações de origem: “Produto de montanha” (definida pelo Art. 31) e “Produto da agricultura das ilhas” (Art. 32).

⁴² O Art. 49 do Regulamento EU n. 1151/2012 altera a disciplina anterior em relação à obrigatoriedade absoluta da constituição em associação e permite que uma empresa ou produtor individual encaminhe o pedido exclusivamente quando as duas condições seguintes são satisfeitas: a) a pessoa em causa é o único produtor que pretende apresentar um pedido; b) No que diz respeito às denominações de origem

Os produtores, tanto de produtos DOP, como dos IGP e ETG, para obter o uso dos rótulos respectivos, devem obrigatoriamente se ater a regras estritas relativamente a métodos, processos e matérias-primas. Estas são decididas e adotadas pelo grupo e fixadas em regulamentos específicos, os chamados “*disciplinari di produzione*” (protocolos de produção). A conformidade aos protocolos é garantida por organismos de controle específicos⁴³.

Portanto, produtores de uma determinada zona interessados em pleitear o reconhecimento para seu produto, geralmente, devem se organizar para uma ação conjunta, constituir-se em associação e elaborar um protocolo comum de produção.

Os objetivos desta legislação são numerosos. Além da harmonização das praxes e legislações nacionais preexistentes, inclui a promoção de produtos alimentares de alta qualidade de valor acrescentado, aptos a contribuir para o desenvolvimento das áreas rurais — especialmente das regiões marginais, ainda hoje sujeitas a forte despovoamento — e à diversificação agrícola. Ainda, ao fornecer informações sobre origem e processos dos produtos, a legislação orienta a escolha do consumidor e, por garantir certa qualidade e impedir a venda de produtos de imitação, de qualidade inferior, sob o mesmo nome, o protege.

O registro, com efeito, significa que os produtos em questão estão protegidos em nível comunitário contra a concorrência devida a imitações e produtos enganadores.

Esta proteção é igual àquela que derivaria de um direito de propriedade industrial, como uma patente ou uma marca registrada. Em outras palavras, quando uma indicação geográfica ou uma denominação de origem são registradas, só os produtores da área designada e que observam regras estritas de produção consignadas na especificação do produto podem utilizar esse nome.

Apesar de nascer como instrumento de tutela das imitações e não como meio de promoção e marketing, o sistema de DOP, IGP e ETG, de fato, acaba sendo utilizado e fruído como um “agregador” de valor de mercado, especialmente entre os consumidores italianos e franceses (que detêm uma rica e longeva tradição de produtos típicos e denominações geográficas).

protegidas e às indicações geográficas protegidas, a área geográfica delimitada possui características apreciavelmente diferentes das características das áreas vizinhas, ou as características do produto são diferentes das dos produtos produzidos nas áreas vizinhas.

⁴³ Cada país membro designa suas autoridades de controle competentes. Na Itália, o responsável pela coordenação das atividades de vigilância é o Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (Ministério das Políticas Agrícolas, Alimentares e Florestais). Por meio de decretos e em acordo com os governos das regiões, ele designa outros entes públicos de controle e autoriza organismos privados. Os organismos de controle dos países membros, em conformidade com o Regulamento (CE) n. 882/2004, têm obrigação de vigiar também sobre o respeito, por parte dos produtores, das normas relativas a rações, saúde e bem estar dos animais.

Como testemunhado por Francesca Baldereschi em relação aos selos europeus e à necessidade do Slow Food criar um selo próprio, na Itália e na Europa, a questão dos rótulos de denominação de origem, de tipicidade e de garantia de qualidade é um fator muito importante no que diz respeito ao mercado, tanto do ponto de vista dos produtores como dos consumidores.

Os selos conseguem agregar cotas de valor consideráveis, assegurando visibilidade e prestígio ao produto; eles constituem um instrumento comunicativo eficaz e propiciam a disponibilidade dos consumidores a pagar mais por um produto que eles reconhecem como diferenciado (STEFANI et al., 2005, 2006).

Contudo, paralelamente aos benefícios, o sistema dos selos DOP, IGP e ETG implica algumas consequências críticas, amplamente debatidas pelos especialistas do setor e os produtores. Segundo algumas pesquisas, a rotulagem funciona e joga um papel significativo para produções grandes, com mercados amplos (maiores das regiões produtoras), enquanto os altos custos organizativos e de manutenção (respeito do protocolo, certificação, adesão à associação etc.) a tornam desproporcionalmente onerosa e ineficaz para pequenos produtores e pequenas empresas, os quais acabam sendo automaticamente excluídos do sistema (PANTINI, 2008; ARFINI et al., 2010; MARESCOTTI, 2003; PACCIANI et al., 2003; BELLETTI, 2003; RANGNEKAR, 2004; SAGE, 2003; PILATI e FLAIM, 1994; TORRE, 2002; THIEDIG e SYLVANDER, 2000; VUYLSTEKE et al., 2003; BARJOLLE, 2006).⁴⁴

Em 1996, os produtos DOP, IGP e STG registrados na zona CEE inteira eram 318. Hoje são mais de 1000. Um quarto deles pertence à Itália. A lista dos produtos italianos, atualizada no mês de novembro de 2014, consta de 268 produtos (dados do Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali)⁴⁵. Segue a França, com cerca de 200 produtos, e a Espanha, com cerca de 170. Trata-se, principalmente, de produtos como carnes frescas ou à base de carne, queijos, azeites, frutos, hortaliças, cereais e derivados diversos (pães, doces, conservas, embutidos etc.). Com a entrada em vigor do Regulamento 1151/2012, podem ser tuteladas

⁴⁴ Além disso, a grande procura por *label* de denominação ou indicação geográfica por parte dos produtores – independentemente da autoridade da fonte de legitimação – tem contribuído para a proliferação de selos de qualidade e indicação geográfica, mais ou menos confiáveis, presentes no mercado. Isso comporta o risco de “inflação”: o oficial corre o risco de se perder entre a multidão de outros selos, deixa de representar um diferencial; o consumidor deixa de atribuir-lhe uma importância determinante e o sistema se torna cada vez menos eficaz para a criação de valor agregado (TORRE, 2001; VUYLSTEKE et al., 2003; PACCIANI et al., 2003).

⁴⁵ A lista detalhada é disponível em:
<file:///C:/Users/user/Downloads/15__DOP__IGP_e_STG_Registrati_aggiornato_al_5_novembre_2014.pdf>, acesso em: novembro de 2014.

como DOP e IGP também novas tipologias de produtos: chocolate e derivados do chocolate, sal, algodão, artigos em couro e pele, plumas.

Os dados relativos às certificações de origem e denominação, além de aspectos e controvérsias específicos, revelam a riqueza e o dinamismo de um grande setor. Na Europa, especialmente nos países do sul e mediterrâneos, a média e pequena produção agrícola, a indústria alimentar de pequeno porte, as técnicas artesanais de produção de excelências e produtos típicos, tradicionalmente e ainda hoje, representam um ramo econômico e ocupacional de ponta, sustentado por uma cultura gastronômica e de consumo alimentar interna fortemente enraizada e pelas exportações de produtos renomados e com alto valor agregado no mundo inteiro (cf. infra).

3.5.2.2 Indicações geográficas no Brasil

Pelo que concerne ao Brasil, a lei que regula a utilização de nomes de produtos agrícolas e alimentícios contendo indicações geográficas específicas é a Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996, também conhecida como LPI, que regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Entretanto, a lei abrange questões ligadas a patentes e direitos de propriedade intelectual de uma forma muito ampla e para qualquer tipologia de produto e serviço (do design até os maquinários), sem distinções específicas para o setor alimentar ou vinícola.

O Título IV da lei define “indicação geográfica” (IG) como: a indicação de procedência ou a denominação de origem, considerando como “procedência” o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

A “denominação de origem” é definida como o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (Arts. 176, 177 e 178).

A proteção se estende à representação gráfica ou figurativa da indicação geográfica, bem como à representação geográfica de país, cidade, região ou localidade de seu território cujo nome seja indicação geográfica (Art. 179).

Conforme definido pelo Art. 182, o uso da indicação geográfica é restrito aos produtores e prestadores de serviço estabelecidos no local, exigindo-se, ainda, em relação às denominações de origem, o atendimento de requisitos de qualidade.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) é o órgão responsável por estabelecer as condições de registro das indicações geográficas e manter o registro.

Para a solicitação de reconhecimento das indicações geográficas são necessários alguns requisitos, gerais e específicos, explicitados na Resolução INPI nº 75 de 28 de novembro de 2000 (aplicável tanto a produtos como a serviços)⁴⁶.

É interessante observar algumas peculiaridades, a serem comparadas com as que destacamos no caso da legislação europeia.

Em primeiro lugar, de acordo com a Resolução do INPI, quem pode requerer o registro de reconhecimento são as associações, os institutos e as pessoas jurídicas representativas da coletividade legitimada ao uso exclusivo do nome geográfico e estabelecidas no respectivo território. Porém, na hipótese de um único produtor ou prestador de serviço “estar legitimado ao uso exclusivo do nome geográfico, estará o mesmo, pessoa física ou jurídica, autorizado a requerer o registro da indicação geográfica em nome próprio” (Art. 5, § 1º).

Os requisitos gerais para solicitação de registro incluem o nome geográfico, a descrição do produto (vinho, queijo, destilado etc.), as características do produto, o regulamento de uso do nome geográfico, um instrumento oficial que delimita a área geográfica (expedido pelo órgão competente de cada Estado, representado pelas Secretarias competentes em relação ao tipo de produto) e a etiqueta (caso se trate de representação gráfica ou figurativa da denominação geográfica ou do território).

Os requisitos específicos para obter a Indicação de Procedência são a apresentação de (i) elementos que comprovem ter o nome geográfico se tornado conhecido como centro de produção do item em questão, (ii) elementos que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores que tenham o direito ao uso exclusivo da indicação de procedência, (iii) elementos que comprovem estar os produtores estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção.

Para obter a Denominação de Origem, é necessário apresentar: (i) a descrição das qualidades e características do produto que se devam, exclusiva ou essencialmente, ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos; (ii) a descrição do processo ou método de obtenção do produto, que devem ser locais, leis e constantes; (iii) elementos que comprovem a existência de uma estrutura de controle sobre os produtores que tenham o direito ao uso exclusivo da denominação de origem; (iv) elementos que comprovem estar os produtores estabelecidos na área geográfica demarcada e exercendo, efetivamente, as atividades de produção.

⁴⁶ Texto integral da Resolução disponível em: <<http://www.inpi.gov.br/images/stories/ResolucaoIG.pdf>>, acesso em: novembro 2014.

Junto com os nacionais, entram no registro brasileiro de indicações geográficas produtos estrangeiros. Isso é devido ao fato de o sistema ser apenas de um dispositivo legal de tutela das contrafações, desprovido de qualquer intuito de promoção ou valorização (contrariamente ao que acontece, de fato, na Europa), o qual incorpora denominações e marcos já depositados.

Desde 1996, quando promulgou-se a Lei da Propriedade Industrial, até hoje, o Brasil registrou 46 indicações geográficas concedidas, sendo 38 as indicações nacionais. Entre as estrangeiras, estão produtos alimentícios renomados da Itália, da França, da Espanha e da Grã Bretanha (Prosciutto di Parma, Granapadano, Parmiggiano Reggiano, Barolo, Rocquefort, Champagne, Vinho da Rioja, Scotch Whisky, entre outros).

Dos 46 registros brasileiros, 30 são indicações de procedência e 8 são denominações de origem. Quatro das Indicações Geográficas certificadas são de vinhos finos.

Com efeito, a vitivinicultura é um dos protagonistas das indicações geográficas brasileiras: o vinho do Vale dos Vinhedos foi o primeiro a obter uma Indicação de Procedência nacional, em 2002 (hoje, tem o título de Denominação de Origem). Depois desta, mais três regiões vinícolas da Serra Gaúcha (Pinto Bandeira, Altos Montes e Monte Belo) conseguiram o registro e outras três (Farroupilha, Campanha e Vale do Submédio São Francisco) começaram a trabalhar para a obtenção da Indicação de Procedência (TONIETTO, ZANUS, 2007^a, 2007b).

O pesquisador da Embrapa Uva e Vinho e coordenador geral do projeto de desenvolvimento de Indicações Geográficas de vinhos finos e espumantes, Jorge Tonietto, explica:

[...] a certificação resulta na fidelização do cliente, que identificará, sob a etiqueta da Indicação de Procedência ou Denominação de Origem, um produto de qualidade e com características locais, peculiares a um determinado lugar. As indicações geográficas possibilitam salvaguardar características locais e regionais dos produtos, valorizando e atestando seus níveis de qualidade. É um selo de proteção garantido pelos produtores em favor dos consumidores. Quando o consumidor conhece determinadas regiões, busca produtos desses locais e passa a identificá-los (OTOBELLI, 2014, s.p.).

Apesar do interesse crescente pelo assunto, o Brasil ainda apresenta um quantitativo baixo de indicações geográficas registradas, incomparavelmente menor que o da Itália e da União Europeia.

Entre os fatores que contribuem para isso há, sem dúvida, as diferenças culturais e históricas relativas ao assunto – já vimos que países como a França e a Itália mantêm uma longa tradição em relação à Indicação Geográfica – e a falta de interação entre organizações, como SEBRAE e INPI, e entre os produtores rurais (VELLOSO 2008; ALCANTARA, 2011).

Além disso, a obtenção do reconhecimento de indicação e denominação é um trabalho intenso, demorado, que requer uma equipe multidisciplinar e captação de recursos. Na maioria dos casos, é necessária a criação de uma associação de produtores, que seja capaz de solicitar o pedido de certificação junto ao INPI; depois disso, é preciso realizar um estudo de delimitação de uma área específica, a descrição geográfica desse espaço e a comprovação de que a região se tornou conhecida como centro de produção do produto e encaminhar os documentos para o Instituto. É necessário que o produto seja realizado com matérias-primas na origem, e que seja aprovado em análises físicas, químicas e sensoriais (OTOBELLI, 2014).

Ademais, a estrutura do setor produtivo e a incidência do setor da indústria de transformação alimentícia, no que se refere às características das indústrias familiares, dos laboratórios artesanais e das produções alimentícias diferenciadas (fama e procura dos produtos típicos, regionais etc.), em termos qualitativos e quantitativos, é um fator que distingue consideravelmente os dois contextos.

A incipiência da questão, no Brasil, é demonstrada também pelas datas recentes, pelos discursos “introdutórios” e explicativos, destinados a um público ainda não familiarizado com o mecanismo, e pela ausência de um sistema padronizado de rotulagem distintiva e reconhecível. Além disso, o grau de promoção, divulgação e atribuição de valor entre os consumidores médios ainda é modesto.

Contudo, é possível observar que o Brasil começa a despertar para as Indicações Geográficas (LOCATELLI, 2007; ALCANTARA, 2011).

Não se trata apenas de uma questão instrumental de competitividade no mercado e de valorização comercial ganhando espaço.

Os processos empreendidos pelo IPHAN e a força do movimento Slow Food são apenas dois exemplos significativos de fenômenos culturais relativos a uma atenção nova e crescente a questões de valor mais existencial, como a saúde, a qualidade, a ética e as implicações políticas ligadas à produção e ao consumo alimentícios.

3.5.3 As políticas públicas

Outro fundamental macro-ator, como já ouvimos de algumas entrevistas, é representado por uma circunstância histórica precisa: a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva à presidência da República. Este evento abriu uma fase de novidade e mudança que parece ser determinante para o arranque e a evolução dos fenômenos objetos deste estudo.

O clima favorável à acolhida do movimento Slow Food e de sua proposta, assim como a presença daquelas figuras decisivas em posições decisivas (MESA, MDA, SDT etc.) para a concretização dos projetos do Slow Food compõem a circunstância crucial. Por causa disso e dos atores interceptados nessa fase, o encontro entre o Slow Food e o Brasil — embora o movimento já tivesse começado a ganhar sócios espontaneamente e por outros canais — tomou repentinamente o rumo significativo da parceria oficial governo-movimento. Devido a esses fatores e pessoas, o movimento entrou no aparelho público. Tal estruturação vertical, como era previsível, adquiriu muito mais visibilidade e influência do que as adesões autônomas de sócios na base do movimento e marcou o percurso de iniciativas e projetos. A forma da parceria apical e oficial perdura, ainda hoje, retomada e confirmada pelas evoluções recentes da relação Slow Food-Brasil (cf. cap. 2).

Deste mesmo quadro, estreitamente vinculado a ele, faz parte um *actant* fundamental: o conjunto de políticas públicas destinadas à agricultura familiar e aos pequenos produtores brasileiros, que foram reforçadas, criadas ou implementadas durante o governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. A adoção dessas políticas, por sua vez, está associada ao papel de pessoas, ou melhor, de personagens ocupando cargos importantes, cuja presença e posição foram incisivas ou determinantes.

Ao longo dos estudos de caso brasileiros e das entrevistas, os nomes de algumas políticas e de programas do governo voltam com grande frequência. Mencionados como origem ou como canal que permitiu realizá-las, programas e políticas detêm um papel e um peso definitivo para os percursos das Fortalezas brasileiras.

Por trás de tudo isso, do tom e das palavras de remição, do clima de grandes oportunidades para o futuro expresso por muitos dos entrevistados, há o nome do PT (Partido dos Trabalhadores). Localmente, entre as fileiras de base, no campo, entre os partidários e os participantes da vida política municipal — especialmente entre os membros dos projetos Fortaleza do Umbu e do Licuri (Bahia) — ainda hoje, se respira e se fala em termos de “grande mudança”: ela foi alcançada por meio de uma luta longa e sofrida, durante a qual se acumularam ideias e desejos para endireitar a situação social e econômica dos marginalizados. “Agora — ouviremos deles — é a nossa hora, agora podemos fazer”.

O equivalente para os estudos de casos italianos seria constituído pela Política Agrícola da União Europeia, a assim chamada PAC (Política Agrícola Comum). A PAC e os programas associados são objetivamente presentes e importantes. Entretanto, pelo que tivemos oportunidade de escutar dos protagonistas das Fortalezas italianas, foram decisivos apenas para poucos casos e, sobretudo, não são percebidos nem narrados como sendo elementos de peso. De forma geral, são um *actant* pouco ou pouquíssimo mencionado na reconstrução

histórica dos projetos fornecida pelos protagonistas. As políticas públicas comunitárias e, em medida muito maior, as políticas públicas nacionais parecem ter um grau de envolvimento, de impacto e de engajamento das pessoas mínimo ou quase nulo. Isto é, para os entrevistados das Fortalezas italianas, independentemente dos impactos objetivos, as políticas públicas não adquirem o papel de *actant* de destaque e não são percebidas nem identificadas como um elemento decisivo ou influente. Entre os produtores e os referentes das Fortalezas brasileiras acontece exatamente o contrário.

As próximas páginas apresentam de forma sintética e geral esse *actant*, nos respectivos contextos.

3.5.3.1 Políticas e programas públicos no Brasil

No que se refere a aspectos específicos de crédito para pequenos agricultores, garantia de preço mínimo das produções e de saída para o mercado, as políticas públicas e os programas do governo mais citados ao longo das entrevistas são o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae). Em geral, o Programa Bolsa Família é mencionado com grande frequência como sendo o responsável por uma melhoria palpável, em situações locais de carência: juntando a ajuda do Bolsa Família com as dos demais planos de assistência e programas, várias pessoas declaram ter conseguido o recurso de base para iniciar um pequeno projeto familiar de investimento, trabalho e melhoria no longo prazo⁴⁷.

O Pronaf é um programa de crédito que permite acesso a recursos financeiros para o desenvolvimento da agricultura familiar.

⁴⁷ O Bolsa Família é um programa de transferência direta de renda que beneficia famílias em situação de pobreza e de extrema pobreza em todo o Brasil. O Bolsa Família integra o Plano Brasil Sem Miséria, que tem como foco de atuação os brasileiros com renda familiar per capita inferior a 77 reais mensais. Está baseado na garantia de renda, inclusão produtiva e no acesso aos serviços públicos. O Bolsa Família possui três eixos principais: a transferência de renda promove o alívio imediato da pobreza; as condicionalidades reforçam o acesso a direitos sociais básicos nas áreas de educação, saúde e assistência social; as ações e programas complementares objetivam o desenvolvimento das famílias, de modo que os beneficiários consigam superar a situação de vulnerabilidade. A gestão do programa, instituído pela Lei 10.836/2004 e regulamentado pelo Decreto nº 5.209/2004, é compartilhada entre a União, estados (e Distrito Federal) e municípios. A seleção das famílias para o Bolsa Família é feita com base nas informações registradas pelos municípios no Cadastro Único para Programas Sociais do Governo Federal (Fonte: Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, em: <<http://www.mds.gov.br/bolsafamilia>>, acesso em: fevereiro 2015).

Foi criado em 1996, durante o governo de Fernando Henrique Cardoso, através do Decreto nº 1.946 de 28 de junho de 1996⁴⁸. O Programa beneficia agricultores familiares, assentados da reforma agrária e povos e comunidades tradicionais, que podem receber financiamentos de forma individual ou coletiva, com taxas de juros abaixo da inflação. O objetivo geral do Programa é facilitar a execução das atividades agropecuárias, por meio da ajuda na compra de equipamentos modernos, e contribuir no aumento da renda e melhoria da qualidade de vida no campo. Atualmente, as linhas de crédito específicas criadas pelo Pronaf são: Pronaf Custeio, Pronaf Investimento (Mais Alimentos), Microcrédito Rural, Pronaf Agroecologia, Pronaf Mulher, Pronaf Eco, Pronaf Agroindústria, Pronaf Semiárido, Pronaf Jovem, Pronaf Floresta, Pronaf Custeio e Comercialização de Agroindústrias Familiares e Pronaf Cota-Parte (BRASIL, 2013).

O Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) é uma das ações introduzidas pelo governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, continuada e aperfeiçoada no governo da presidente Dilma Rousseff. O PAA, no entendimento do ator público, encarna duas funções: fortalecer a agricultura familiar por meio do apoio à comercialização de seus produtos e promover o acesso à alimentação para cidadãos em situações de insegurança alimentar.

Desde a criação, em 2003, o PAA vem sendo ampliado e, até hoje, beneficiou diretamente cerca de 200 mil agricultores familiares, assentados da reforma agrária, extrativistas, pescadores artesanais, povos e comunidades tradicionais, por meio da compra de produtos (a lista chega a três mil itens), principalmente alimentos frescos, sazonais e produzidos localmente. Outros milhares de agricultores são beneficiados indiretamente por usufruírem dos impactos positivos sobre os preços pagos aos produtores. Junto com eles, mais de vinte mil instituições, como entes de amparo a idosos e crianças, associações comunitárias, creches, escolas e hospitais, são abastecidas regularmente com alimentos produzidos pelos agricultores familiares (BRASIL, 2014a).

A modalidade principal do PAA é a Compra Institucional, que permite a estados, municípios e órgãos federais comprar alimentos da agricultura familiar por meio de chamadas públicas, com dispensa de licitação.

Os destinatários das compras são as instituições que fornecem refeições regularmente, como hospitais, quartéis, presídios, restaurantes universitários e refeitórios de entidades assistenciais públicas, escola etc.

⁴⁸ Cf. Decreto nº 1.946 de 28 de junho de 1996 - Cria o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D1946.htm>, acesso em: fevereiro 2015

A compra se dá mediante processo de dispensa de licitação. Os preços não devem ultrapassar o valor dos praticados nos mercados locais. Produtos orgânicos ou agroecológicos admitem sobrepreço de até 30% (BRASIL, 2014a).

O PAA é executado com recursos do Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e conta com a Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) como seu órgão operacional no âmbito federal.

O PAA compôs a estratégia Fome Zero, contribui para a inclusão produtiva do Plano Brasil Sem Miséria (40% dos beneficiários estão no Cadastro Único das políticas sociais) e é instrumento de promoção do acesso à alimentação saudável e adequada. Hoje, o Programa integra o Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Sisan; BRASIL, 2014a).

Da experiência do PAA surgiu também outra ação oriunda da época do governo Lula: a inclusão das compras da agricultura familiar no Programa Nacional de Alimentação Escolar (Pnae).

Instituído pela Lei no. 11.947/2009, o Pnae prevê a compra de pelo menos 30% dos alimentos provenientes da agricultura familiar para serem servidos nas escolas da rede pública de ensino. A compra é feita por meio de chamadas públicas, com dispensa de licitação. A iniciativa abriu um novo mercado para os produtores e mais uma possibilidade de qualificar os produtos que abastecem as escolas da rede pública de ensino (BRASIL, 2013, 2014a).

3.5.3.2 A Política Agrícola Comum da União Europeia e a abordagem LEADER

A Política Agrícola Comum (PAC) é uma das políticas comunitárias de maior importância, empregando cerca de 45% do orçamento da União Europeia (UE).

Desde sua criação, em 1962, seus dois objetivos gerais são:

1. atender os agricultores por meio de preço de intervenção (o preço mínimo garantido para os produtos agrícolas estabelecido pela Comunidade Europeia);
2. orientar as empresas agrícolas para uma maior produtividade (agindo sobre o custo dos fatores de produção, apoiando o desenvolvimento tecnológico e o melhoramento das técnicas agrícolas).

De acordo com os intuítos originários dos fundadores, em 1962, os então seis países membros da Comunidade Econômica Europeia (CEE) chegaram a um acordo sobre uma Política Agrícola Comum baseada nos princípios de livre troca de produtos, nível comum de preços, livre acesso do consumidor aos melhores produtos, preferência pelos produtos comunitários, solidariedade financeira.

Para alcançar os objetivos, foi instituído o Fundo Europeu de Orientação e Garantia Agrícola (FEOGA). A manutenção dos preços foi assegurada pela CEE, graças a empresas especiais que compravam os excedentes de produção; uma vez adquiridos por preços menores que os de mercado, os excedentes eram vendidos para países terceiros com exportações abaixo do custo. Quando necessário, o excesso era retirado do mercado e literalmente destruído.

Em 1992, com o projeto de reforma McSharry, os mecanismos da Política Agrícola Comunitária, então tão onerosa e desequilibradamente fundamentada em ações protecionistas e de subsídio direto, até o ponto de comprometer a implementação de outras políticas e de suscitar o descontento da opinião pública interna e internacional, começaram a ser alterados.

Ao longo das últimas duas décadas, a UE tem mudado radicalmente a operacionalização da política agrícola tradicional.

Os novos regulamentos têm cortado estímulos e financiamentos diretos à produção.

Se, anteriormente, a renda dos agricultores era sustentada por meio de subsídios diretos, a partir da década de 1990 começa uma aplicação mais ampla do sistema das cotas de produção, garantindo aos produtores o nível mínimo de preço e produção e distribuindo equitativamente as cotas de produção entre todos os países membros.

Em 2005, o financiamento da PAC passa a ser assegurado por dois novos fundos, que substituem o FEOGA: o Fundo Europeu Agrícola de Garantia (FEAGA), e o Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER).

O processo de reforma da PAC mais recente e estrutural é iniciado pelo Parlamento Europeu em 2010.

De abril a junho de 2010, no âmbito de um desenho de reforma decisivo, o então Comissário Europeu de Agricultura e Desenvolvimento Rural, Dacian Cioloș, abre o debate público sobre o futuro da PAC a todos os setores da sociedade.

A sistematização das contribuições recebidas da parte da comunidade civil orienta a redação de um documento preparatório, publicado em novembro de 2010 para a consulta das partes interessadas.

A consulta serve de base para o desenho de lei enviado ao Conselho da Europa e ao Parlamento Europeu (órgãos que atualmente decidem sobre a Política Agrícola Comum).

O resultado desse processo de reforma, concluído em dezembro de 2013, é a adoção da legislação de base da PAC para o período de 2014-2020.

Os três objetivos estratégicos a longo prazo para a nova política europeia de desenvolvimento rural são:

1. estimular a competitividade da agricultura;
2. assegurar a gestão sustentável dos recursos naturais e medidas no domínio do clima;
3. realizar um desenvolvimento territorial equilibrado das economias e comunidades rurais, incluindo a criação e manutenção de emprego (COMISSÃO EUROPEIA, 2014).

A PAC se estrutura segundo algumas linhas principais.

Em primeiro lugar, todas suas ações – de financiamento, apoio e fomento – e programas derivados estão fundamentados nos chamados “quatro pilares”: I) Pagamentos Diretos; II) Organização Comum de Mercado Único; III) Desenvolvimento Rural; IV) Regulação Horizontal do Financiamento, da Gestão e do Acompanhamento da PAC.

Os pilares relativos a Pagamentos Diretos e Desenvolvimento Rural podem ser considerados os mais importantes para o escopo do intuito geral da Política – e os que mais nos interessa apresentar para este trabalho.

Relativamente aos Pagamentos e programas de Desenvolvimento Rural, a nova PAC avança em direção a uma distribuição mais equitativa, ambientalmente cuidadosa, atenta às regiões e às categorias mais sensíveis ou desfavorecidas.

Os pagamentos diretos, as dotações por país membro — e, em cada país, por agricultor — deixam de basear-se em referências históricas.

A introdução de um pagamento para “ecologização” associa 30% da dotação orçamentária de cada país membro a determinadas práticas agrícolas sustentáveis e implica que uma parte significativa da subvenção seja determinada pela recompensa aos agricultores que fornecem bens públicos ambientais. Cada exploração recebe um pagamento por hectare por respeitar determinadas práticas agrícolas “benéficas” para o clima e o ambiente (a ecologização, pela legislação, é considerada uma disposição obrigatória e o não cumprimento de seus requisitos implica sanções pecuniárias significativas; COMMISSÃO EUROPEIA, 2013)⁴⁹.

⁴⁹ As três medidas básicas previstas para a ecologização das explorações são:

1. a manutenção dos prados permanentes;
2. a diversificação de culturas (um agricultor deve praticar, pelo menos, duas culturas se a superfície das suas terras aráveis for superior a 10 ha e pelo menos três culturas se essa superfície for superior a 30 há);
3. a manutenção de uma «superfície de interesse ecológico» - bordaduras, sebes, árvores, terras em pousio, características paisagísticas, biótopos, faixas de proteção e superfícies florestadas - de,

Com o intuito de incentivar a renovação das gerações no trabalho agrícola e de conter o abandono das regiões rurais, o financiamento para os jovens agricultores principiantes (de idade inferior a 40 anos) tem um complemento de 25%, nos primeiros cinco anos após a instalação. Este incentivo deve ser financiado até 2% da dotação nacional e deve ser obrigatório para todos os países membros.

No âmbito das ações destinadas ao regime dos pequenos agricultores, os países membros podem permitir que os agricultores que peçam apoio participem neste regime, recebendo um pagamento anual, fixado pelo país de pertença entre 500 e 1250 euros. Os participantes estão sujeitos a requisitos de condicionalidade⁵⁰ menos rigorosos e isentos da ecologização (o custo total do regime dos pequenos agricultores não pode exceder 1% da dotação nacional, exceto se o país optar por pagamentos vindos de orçamentos próprios).

No âmbito do Desenvolvimento Rural são também financiados o aconselhamento aos pequenos agricultores em matéria de desenvolvimento econômico e as subvenções à reestruturação para regiões com muitas pequenas explorações.

Os países membros, ou suas administrações regionais, podem conceder às zonas com condicionantes naturais e às zonas desfavorecidas um pagamento suplementar correspondente a 5%, no máximo, da dotação nacional.

No que diz respeito à política Desenvolvimento Rural, conforme afirmado pelo legislador, ela mantém seu conceito de base, até hoje bem-sucedido: os países membros continuam elaborando seus próprios programas — cofinanciados pela UE segundo taxas de apoio variáveis —, em resposta às necessidades de seus próprios territórios, tomando por referência seis grandes «prioridades» e suas áreas de incidência (subprioridades)⁵¹.

Entre as prioridades, estão:

- o incentivo da transferência de conhecimentos e inovação;

pelo menos, 5% da superfície arável, nas explorações com uma superfície superior a 15 ha (após aprovação de uma proposta de lei, em 2017 o valor aumentará para 7%; COMISSÃO EUROPEIA, 2013).

⁵⁰ Por lei, todos os pagamentos diretos e alguns pagamentos no âmbito do desenvolvimento rural e da vitivinicultura estão subordinados ao cumprimento de determinados requisitos em matéria de ambiente, alterações climáticas, boas condições agrícolas e ambientais, saúde humana, animal, fitossanidade e bem-estar dos animais.

⁵¹ Segundo a reforma, a escolha das medidas, ou campos de atuação, a serem priorizadas apresenta uma abordagem mais flexível do que a atual: as medidas deixam de ser classificadas pela UE como «eixos» (com associação de requisitos de despesas mínimas por cada eixo) e, em vez disso, cabe a cada país membro decidir sobre as medidas e as modalidades para atingir as metas estabelecidas.

- o aumento da competitividade de todos os tipos de agricultura e o aperfeiçoamento da gestão sustentável das florestas;
- a promoção da organização da cadeia alimentar, incluindo transformação e comercialização e gestão de riscos;
- a restauração, preservação e melhoramento dos ecossistemas;
- a promoção da eficiência dos recursos e da transição para uma economia hipocarbônica;
- a promoção da inclusão social, da redução da pobreza e do desenvolvimento econômico das zonas rurais.

Segundo a nova PAC, os países membros e as associações de cidadãos têm a possibilidade de conceber, por meio do Plano Estratégico Nacional e dos Planos de Desenvolvimento Rural regionais (PEN, PDR), programas temáticos para atender, em especial, questões relativas a jovens agricultores, pequenas explorações agrícolas, zonas de montanha, mulheres nas zonas rurais, atenuação das alterações climáticas (ou adaptação a estas) e cadeias de abastecimento curtas.

Os Estados-Membros devem gastar, a princípio, pelo menos 30% dos seus fundos provenientes do orçamento da UE para o Desenvolvimento Rural, em medidas relacionadas com o ordenamento do território e a luta contra as alterações climáticas, e pelo menos 5% na assim chamada abordagem LEADER.

A abordagem LEADER (ou Leader), acrônimo do francês *Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale* (Ligação Entre Ações de Desenvolvimento da Economia Rural) representa um dos eixos históricos das políticas de desenvolvimento rural europeias.

Sua finalidade é promover o “desenvolvimento integrado, endógeno e sustentável das áreas rurais” por meio da utilização do potencial endógeno local, através da iniciativa organizada de diferentes atores locais (COMISSÃO EUROPEIA, 2006).

Como veremos na apresentação dos estudos de caso, ele representa um fator (*actant*) especialmente importante no caso da Fortaleza italiana do Pan di Sorc (cap. 4., par. 4.5).

3.5.3.3 A abordagem LEADER

Lançado em 1991, o sistema de ação LEADER passou por várias edições (Leader I 1991-1993, Leader II 1994-1999, Leader+ 2000-2006, fase 2007-2004) e está em sua quinta etapa (período 2014-2020).

Hoje, constitui o canal de atuação do Eixo IV das políticas agrícolas da UE (os planos estratégicos nacionais são executados por meio de programas de desenvolvimento rural regionais constituídos por um conjunto de medidas, agrupadas em volta de quatro eixos).

Conforme definido pela Comissão Europeia, os objetivos específicos do Eixo IV são:

- fortalecer as capacidades projetual e gerencial de redes e parcerias (*partnership*) locais;
- valorizar os recursos endógenos das regiões rurais melhorando a participação e a cooperação locais na definição das políticas de desenvolvimento.

A abordagem Leader se traduz, concretamente, na realização de projetos e ações de desenvolvimento a favor de determinadas regiões rurais, elaborados e apresentados – por iniciativa espontânea – por grupos de atores locais, organizados em parcerias de caráter público-privado (os chamados Grupos de Ação Local-GAL).

A abordagem é totalmente ascendente (*bottom-up*): os GALs detêm o poder de iniciativa e de decisão em matéria de elaboração, atuação e adoção de projetos e estratégias para o desenvolvimento local.

Por exigir a interação entre atores e competências de diferentes setores coexistentes em uma determinada região, o sistema favorece processos de tipo multissetorial e o fortalecimento das redes locais. Além disso, propicia a criação de conexões maiores, estimulando as parcerias entre GALs de diferentes regiões.

Os GALs consistem em parcerias formadas por entes, instituições, atores (constituídos em associação) e organismos locais, públicos e privados (ONGs, OSCIPs, organizações sem fins lucrativos, universidades, empresas, prefeituras, associações, sindicatos etc.).

Em termos operativos, os GALs implementam, em um determinado território rural (geralmente para uma população entre 10000 e 100000 habitantes), as estratégias de desenvolvimento previstas pelo Eixo IV do Plano de Desenvolvimento Rural daquele território, mediante a elaboração e a atuação de Planos de Desenvolvimento Local.

A abordagem – e sua atuação desde há décadas – tem o claro mérito de aproximar os processos decisórios dos atores locais, dando a possibilidade de identificar e aproveitar os pontos de força realmente presentes no território, estimulando a participação direta das comunidades locais.

A partir de 2007, a abordagem LEADER está integrada na política de desenvolvimento rural global da UE. Isso significa que é incluída nos Planos de Desenvolvimento Rural regionais apoiados pela UE, e que o financiamento para os programas LEADER provém de dotações globais que cada país membro recebe da UE no âmbito do novo Fundo Europeu Agrícola de Desenvolvimento Rural (FEADER), destinado ao apoio do desenvolvimento rural.

Segundo a Comissão Europeia (2006), desde o seu lançamento, em 1991, a percentagem de território comunitário em que a abordagem LEADER é aplicada, o número de GALs e o nível de financiamento atribuído a abordagens do mesmo tipo aumentaram substancialmente.

Tabela 5. Os números do sistema Leader na UE no período 1991-2006.

Iniciativas Leader	Número de grupos de ação local (GALs)	Superfície abrangida	Financiamento UE
Leader I	217	367 000 km ²	442 milhões de euros
Leader II	906	1 375 144 km ²	1 755 milhões de euros
Leader+	893	1 577 386 km ₂	2 105,1 milhões de euros

Fonte: COMISSÃO EUROPEIA, 2006

Segundo os últimos dados oficiais, relativos ao período 2000-2006, até este ano, na Itália, eram presentes 132 GALs — e outros tantos Planos de Desenvolvimento Local —, ativos em vários campos: novas tecnologias e novos *know-how* (12 GALs), melhoria da qualidade de vida nas áreas rurais (16 GALs), valorização das produções locais (32 GALs), valorização dos recursos naturais e culturais (30 GAL) e outros temas específicos introduzidos por iniciativa própria (42 GALs).

O tema da valorização dos produtos típicos locais, portanto, é o tema que mais atrai o interesse e os esforços dos diversos *stakeholder* locais.

A presença e ação dos GALs, até 2006, interessava uma área de 161.601 km² (equivalente a 53% do território nacional) e atendia 10.290.294 habitantes (18% da população total).

Em termos de financiamento, para o mesmo período (2000-2006), a Itália teve investimentos de participação pública de um total de 490.413.493 euros, 59% dos quais vindos dos fundos da UE e 41% de outros fundos públicos⁵² (COMISSÃO EUROPEIA, 2007).

⁵² O detalhe da distribuição da participação pública total, por eixo prioritário de ação política, é o seguinte:

3.5.4 O sistema agroalimentar no Brasil

Historicamente, é bem conhecida a relação existente entre a formação econômica do Brasil e a inserção internacional de seu setor agroexportador (FURTADO, 1963). Ainda hoje, a importância do setor agrícola para a balança comercial do país e nos mercados mundiais detém proporções enormes.

A partir da década de 1990 e, com força maior, a partir da sucessiva, o setor viveu evoluções quantitativa e qualitativamente importantes, no que diz respeito aos volumes e às tipologias dos produtos exportados, assim como ao papel de empresas e capitais transnacionais na consolidação da indústria alimentar e do sistema de distribuição varejista (FLEXOR, 2006).

3.5.4.1 Produtos, números e mercados do setor agropecuário e agroexportador

Segundo as estimativas do IBGE, no período entre 2003 e 2014, a participação do setor agropecuário na composição do PIB nacional oscilou entre 7,4% e 5,2% e, de acordo com dados mais recentes divulgados pelo mesmo Instituto, o agrícola foi o setor que mais cresceu em 2013 (+7%) e em 2014 (+3,6%, contra o -0,8% do setor industrial e +0,4% dos serviços registrados nesse último ano). O setor do agronegócio por inteiro, incluindo indústria e comércio rurais, é responsável por mais de um quarto do PIB nacional.

Em 2011, o Brasil foi o terceiro maior mercado mundial exportador de produtos agrícolas, com US\$ 81,8 bilhões em vendas externas, depois de Estados Unidos e União Europeia (cujas vendas externas do setor somaram US\$ 150,62 bilhões e US\$ 146,74 bilhões, respectivamente; BRASIL, 2012).

No mesmo ano, a participação dos produtos agrícolas nas exportações totais do Brasil alcançou quase 30% dos US\$ 256,04 bilhões totais em vendas externas. Esse percentual é bem superior à participação dos produtos agrícolas nas importações totais mundiais (7,3%),

-
1. Estratégias de desenvolvimento rural integrado: 406 671 638 euros (83%)
 2. Suporte à cooperação entre territórios rurais: 55 821 438 euros (11%)
 3. Criação de redes cooperativas: 10 880 000 euros (2%)
 4. Gestão, monitoramento, assistência e avaliação de programa: 17 040 420 euros (3%); COMISSÃO EUROPEIA, 2007).

demonstrando a importância do setor agrícola para a balança comercial do país (BRASIL, 2012).

Em 2013, seis entre os 10 produtos brasileiros mais exportados no mundo pertencem ao setor agropecuário (cf. tab.6).

Tabela 6. Os 10 produtos brasileiros mais exportados no ano de 2013.

Produto	US\$ milhões	Var. % sobre 2012	Quantidade (ton.)
Soja em grão*	22.812	29,7	42.796.104
Farelo de soja	6.787	2,1	13.333
Carne bovina	6.660	15	1.504
Milho*	6.299	16,1	26.622
Automóveis (mil unidades)	5.485	46,1	476
Celulose*	5.185	9,3	9.875
Couro*	2.492	19,4	482.758
Veículos de carga (mil unidades)	2.211	5,3	109
Minério de cobre	1.826	19,9	854.263
Obras de mármore e granito*	862	24,4	1.056

(*) Recordes em valor e quantidade embarcada (Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior-MDIC/Secretaria de Comércio Exterior-SECEX relativos a 2013)

Ao longo da última década, as exportações agrícolas brasileiras cresceram, em média, 17,3% ao ano — uma taxa superior àquela das importações agrícolas mundiais no mesmo período (11,1%).

A participação crescente dos produtos agrícolas na pauta exportadora nacional resulta, em grande parte, do aumento dos preços internacionais das commodities agrícolas: entre 2001 e 2011, enquanto a quantidade embarcada aumentou, em média, 6,5% ao ano, no mesmo período, os preços tiveram crescimento médio anual de 10,1% (somente em 2011 houve aumento de 25,6% nos preços médios de exportação em relação ao ano precedente).

Em 2005, as exportações agrícolas brasileiras totais somavam um valor igual a US\$ 32,2 bilhões. Em 2011, atingiram a cifra de US\$ 81,8 bilhões. Entre 2005 e 2011, o incremento

do valor exportado foi de 154%, com uma variação anual média das exportações agrícolas de 16,8% (BRASIL, 2012).

No que diz respeito aos produtos mais exportados e à evolução de cada seção, segundo os dados de 2012, o principal setor exportador do agronegócio brasileiro é o complexo da soja, com vendas externas de US\$ 24,1 bilhões (e um aumento de 154,8% em relação a 2005).

O peso porcentual da participação desse setor no total das exportações agrícolas brasileiras (29,5%) praticamente não mudou ao longo do período.

O ramo sucroalcooleiro fica em segundo lugar, por valores exportados (US\$ 16,5 bilhões) e participação (20,1%) no total das exportações (dados relativos a 2011). Seu crescimento é de 5,5 pontos percentuais em comparação com os dados de 2005.

Seguem o setor das carnes, do café e de cereais, farinhas e preparações. Destes cinco setores agrícolas, em 2011, apenas o de carnes não registra aumento de participação na pauta exportadora (pelo contrário, revela queda de 6,2 pontos percentuais). Diferentemente, as vendas de café cresceram 198,2% nos últimos seis anos e incrementaram sua participação em 1,6%, enquanto o setor de cereais, farinhas e preparações apresenta variação média anual de 55,7% entre 2005 e 2011, com aumento de participação de 4% na pauta exportadora agrícola nacional (BRASIL, 2012.).

Segundo dados mais recentes do IBGE, o avanço do setor agrícola relativo ao ano de 2013 teve como protagonista o aumento na produção de soja (24,3%), de cana de açúcar (10,0%), de milho (13,0%) e de trigo (30,4%).

Tabela 7. Exportações agrícolas por setores: 2005-2011.

Produto	Exportações (US\$ milhões)				Variação %		Participação % 2011	Variação % 2005 a 2011
	2005	2007	2009	2011	2005 a 2011	anual		
Complexo soja	9.474	11.381	17.240	24.139	154,8	16,9	29,5	0,1
Complexo sucroalcooleiro	4.699	6.590	9.733	16.450	250,1	23,2	20,1	5,5
Carnes	8.194	11.295	11.787	15.763	92,4	11,5	19,3	-6,2
Café	2.929	3.892	4.279	8.733	198,2	20,0	10,7	1,6
Cereais, farinhas e preparações	292	2.220	1.819	4.164	1.323,9	55,7	5,1	4,2
Fumo e seus produtos	1.707	2.262	3.046	2.935	72,0	9,5	3,6	-1,7
Sucos	1.185	2.374	1.752	2.566	116,6	13,7	3,1	-0,5

Fibras e produtos têxteis	466	524	714	1.631	249,7	23,2	2,0	0,5
Frutas (inclui castanhas e nozes)	711	968	871	940	32,3	4,8	1,1	-1,1
Demais prod. de origem vegetal	361	547	527	866	139,9	15,7	1,1	-0,1
Demais prod. de origem animal	265	400	523	568	114,4	13,6	0,7	-0,1
Produtos alimentícios diversos	293	346	411	567	93,3	11,6	0,7	-0,2
Animais vivos (excl. pescados)	43	285	471	492	1.038,4	50,0	0,6	0,5
Cacau e seus produtos	387	365	352	421	8,7	1,4	0,5	-0,7
Chá, mate e especiarias	136	201	192	302	121,9	14,2	0,4	-0,1
Produtos oleaginosos (excl. soja)	144	107	149	289	101,3	12,4	0,4	-0,1
Bebidas	202	252	235	285	41,2	5,9	0,3	-0,3
Pescados	406	311	195	222	-45,3	-9,6	0,3	-1,0
Rações p/ animais	61	104	103	152	151,3	16,6	0,2	-0,0
Lácteos	150	299	167	121	-19,4	-3,5	0,1	-0,3
Prod. hortícolas, leguminosas, raízes, tubérculos	53	102	161	89	70,0	9,2	0,1	-0,1
Produtos apícolas	25	26	71	76	199	20	0,1	0,0
Plantas vivas e prod. de floricultura	28	35	32	28	2,3	0,4	0,0	-0,1
Couros, prod. de couro e peleteria	5	2	2	2	-66,2	-16,5	0,0	-0,0
TOTAL	32.214	44.888	54.831	81.802	153,9	16,8	100,0	-

Fonte: MDIC/SECEX reais a 2013; BRASIL, 2012

De maneira geral, o que contribuiu para o crescimento dos valores exportados foi a variação dos preços agrícolas, mais do que a variação da quantidade vendida.

Em termos de expansão dos preços, o crescimento mais intenso foi o de café em grãos (o preço por tonelada subiu mais de 363%, de US\$ 965,00, em 2001, para US\$ 4.472,00, em

2011). Seguem o milho (+216%), o açúcar de cana em bruto (+190%) e a soja em grãos (+185%), entre os principais.

Já em relação à variação da quantidade exportada, o único, grande destaque é representado pela carne de frango, que, entre 2001 e 2011, apresentou incremento de 196%, passando de 1,3 milhão de toneladas para 3,7 milhões de toneladas embarcadas para o exterior.

Ao observar a participação percentual atual e a evolução dos primeiros cinco setores agrícolas no valor das exportações (Tab. 7), emerge com evidência um dado importante: a pauta exportadora brasileira está cada vez mais concentrada em poucos produtos. Percebe-se, aliás, que 95,6% de todas as exportações agrícolas brasileiras, em 2011, ficaram por conta dos dez principais setores do agronegócio.

O Brasil é responsável por quase metade do valor mundial comercializado de açúcar, além de responder por 39% do valor comercializado de carne de frango e 30% dos produtos do complexo soja (dados MDIC/SECEX relativos a 2013; BRASIL, 2012).

Desde um ponto de vista cronológico, esta participação evolui conforme mostrado pela tabela 8.

Tabela 8. Os 4 principais setores na contribuição ao crescimento das exportações por ordem de importância.

2001-2003	2003-2005	2005-2007	2007-2009	2009-2011	2001-2011
Complexo soja	Carnes	Carnes	Complexo soja	Complexo soja	Complexo soja
Carnes	Complexo sucroalcooleiro	Cereais, farinhas e preparações	Complexo sucroalcooleiro	Complexo sucroalcooleiro	Complexo sucroalcooleiro
Sucos	Café	Complexo soja	Fumo e seus produtos	Café	Carnes
Frutas (inclui nozes e castanhas)	Complexo soja	Complexo sucroalcooleiro	Carnes	Carnes	Café

Fonte: MDIC/SECEX, 2013; AgroStat Brasil, a partir dos dados da MDIC/SECEX, elaboração: Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento-MAPA/ Secretaria de Relações Internacionais do Agronegócio-SRI; BRASIL, 2012

Assim como acontece entre diversos produtos, o avanço geral das exportações agropecuárias brasileiras não foi homogêneo no que diz respeito à distribuição entre os diversos mercados de destino.

No ano de 2005, os países em desenvolvimento e os desenvolvidos mostravam valores próximos em relação às aquisições (US\$ 15,4 bilhões e US\$ 15,6 bilhões, respectivamente).

Em seis anos, os países em desenvolvimento elevaram suas compras de 229,4% (US\$ 50,8 bilhões), enquanto os países desenvolvidos aumentaram de 82,6% (US\$ 28,4 bilhões). Isso

significa que os países em desenvolvimento ficaram com a maior parcela no incremento das vendas. O crescimento muito mais acentuado das aquisições por parte dos países em desenvolvimento tem se traduzido numa forte ampliação da participação desses países no total das exportações brasileiras (participação que em 2011 tocava 62%, ganhando 14 pontos percentuais em relação ao ano de 2001.). Por outro lado, os países desenvolvidos viram sua participação diminuída para 34,8% (menos 13,5 pontos percentuais em seis anos). Entretanto, é essencial considerar o grande incremento da participação de um mercado específico nas exportações brasileiras: o mercado chinês.

Ao aumentar sua participação de 7,4% do valor total em 2005 para 17,9% em 2011, a China contribuiu com mais de dois terços do aumento de participação total dos países em desenvolvimento nas vendas brasileiras. Enquanto isso, o desempenho negativo da União Europeia — ainda hoje, o mais importante mercado de destino das exportações brasileiras — que, em 2005, adquiria 35,6% do valor total exportado pelo Brasil, se traduziu na redução desse índice para 23,5% (BRASIL, 2012).

Tabela 9. Exportações agrícolas brasileiras, segundo os dez principais mercados de destino.

País	Exportações (US\$ milhões)			Participação (%)	Variação da participação	
	2005	2009	2011	2011	2009 a 2011	2005 a 2011
União Europeia (27)	11.457	15.696	19.259	23,54	-5,1	-12,0
China	2.384	7.430	14.621	17,87	4,3	10,5
Estados Unidos	2.085	2.627	4.586	5,61	0,8	-0,9
Rússia, Fed. da	2.709	2.769	4.016	4,91	-0,1	-3,5
Japão	1.432	1.606	3.247	3,97	1,0	-0,5
Arábia Saudita	769	1.479	2.391	2,92	0,2	0,5
Venezuela	296	1.441	2.177	2,66	0,0	1,7
Irã, Rep. Islâmica do	755	1.091	2.120	2,59	0,6	0,2
Egito	478	734	1.879	2,30	1,0	0,8
Hong Kong	381	1.539	1.735	2,12	-0,7	
Países desenvolvidos	15.575	20.891	28.444	34,8	-3,3	-13,6
Países em desenvolvimento	15.409	32.200	50.750	62,0	3,3	14,2

Fonte: dados MDIC/SECEX relativos a 2013; AgroStat Brasil, a partir dos dados do MDIC/SECEX, Elaboração: MAPA/SRI; BRASIL, 2012

Quanto às tipologias de produtos agrícolas distintas por mercados de destino específicos, entre as exportações brasileiras para a União Europeia, destaca-se o café verde que, com US\$ 4,3 bilhões e 942 mil toneladas embarcadas, é o principal item para aquele mercado.

O segundo principal produto agrícola exportado para a União Europeia é o farelo de soja (10 milhões de toneladas comercializadas pela cifra de US\$ 4 bilhões). Seguem a soja em grãos, com US\$ 2,7 bilhões e 5,6 milhões de toneladas vendidas, o suco de laranja, com US\$

1,6 bilhão em exportações, o fumo não manufaturado, com o montante de US\$ 1,1 bilhão. Destaque-se, ainda, o setor das carnes, representado por quatro itens entre os dez principais mais exportados: demais carnes e miudezas (US\$ 633 milhões), carne bovina *in natura* (US\$ 479 milhões), carne de frango industrializada (US\$ 458 milhões) e carne de frango *in natura* (US\$ 365 milhões). Em 2011, o setor das carnes, no conjunto, foi o terceiro principal setor do agronegócio nas exportações para a União Europeia (US\$ 2,6 bilhões, no total; BRASIL, 2012).

Pelo que concerne às importações brasileiras de produtos agrícolas procedentes do mercado europeu, em 2011, estas aumentaram, em geral, de 26% em relação ao ano precedente.

Em termos de valor, entre os principais itens comprados destacam-se: azeite de oliva (57.845 toneladas, por um valor de US\$ 262,1 milhões), vinho (US\$ 134,9 milhões), uísque (US\$ 112,7 milhões) e malte (US\$ 91,5 milhões), rações para animais domésticos (US\$ 90 milhões).

No que concerne ao mercado chinês, as vendas brasileiras de produtos agrícolas estão bastante concentradas em um único produto: a soja em grão. As exportações deste item representaram 74,9% do valor total das vendas de produtos agropecuários brasileiros para a China⁵³. A soma de todos os produtos pertencentes ao complexo da soja corresponde a 80% das exportações para o país.

Além dos produtos do complexo da soja, as exportações brasileiras de açúcar para a China também tiveram forte crescimento, aumentando de 254 mil toneladas, em 2009, para 2,04 milhões, em 2011. O crescimento das vendas tornou o açúcar o segundo principal produto agrícola brasileiro exportado para a China.

As indústrias têxteis chinesas também demandaram grande quantidade de algodão. Cerca de 40% de todo o algodão não cardado nem penteado (SH 520100) comercializado no mundo é importado pela China. Em 2011, devido à boa safra brasileira de algodão, as exportações do Brasil para a China alcançaram 273,8 mil toneladas, cerca de 8% do total de algodão importado pelo país oriental.

Outro produto que se destacou na pauta de exportação para a China foi a carne de frango. No ano de 2009, as vendas brasileiras de carne de frango *in natura* somaram 24,0 mil toneladas, atingindo 195,8 mil toneladas em 2011.

⁵³ As importações chinesas de soja em grão, de 2006 a 2011, subiram de 28,2 milhões de toneladas para cerca de 52,6 milhões de toneladas, volume que corresponde a 56,7% do comércio mundial do produto. Importar essa quantidade custa à China US\$ 29,7 bilhões, ou seja, 31,7% do valor total gasto pelo país em importações de produtos agrícolas em um ano (BRASIL, 2012).

Além dos produtos anteriormente citados, em relação a itens com venda acima de US\$ 10 milhões para a China, em 2011, cabe mencionar: fumo não manufaturado (US\$ 380,0 milhões); suco de laranja (US\$ 113,9 milhões); açúcar refinado (US\$ 59,9 milhões); e óleo de amendoim (US\$ 14,6 milhões).

Para os Estados Unidos, terceiro parceiro comercial para os itens agrícolas do Brasil, os principais produtos exportados, atualmente, são café verde, etanol, suco de laranja, fumo não manufaturado, açúcar em bruto, carne bovina industrializada e castanha de caju. Juntos, eles representam cerca de 77% do total agrícola exportado.

No que diz respeito à Rússia, a composição de exportações brasileiras é historicamente dominada pelos produtos agrícolas, enquanto as importações brasileiras de produtos russos se concentram em itens não agrícolas, principalmente insumos para a agricultura (adubos e fertilizantes).

A Rússia é, atualmente, o principal mercado de destino para as exportações brasileiras de carne bovina, carne suína e de açúcar de cana em bruto. Em termos monetários, a Rússia compra anualmente do Brasil açúcar de cana em bruto por um valor igual a US\$ 1,84 bilhão. Pela carne bovina *in natura* e a carne suína *in natura*, a Rússia gasta, respectivamente, US\$ 1 bilhão e US\$ 390,75 milhões. No conjunto, os três produtos correspondem a 80,9% das aquisições (BRASIL, 2012).

3.5.4.2 *Concentração de terra e de renda*

No que se refere à distribuição da posse da terra no Brasil, os dados do último Censo Agropecuário evidenciam alta desigualdade, caracterizada pela enorme extensão da área total agrícola ocupada por estabelecimentos com área maior ou igual a 100 hectares. Eles representam apenas 9,6% do número total de estabelecimentos agrícolas no país, mas ocupam 78,6% da área total dedicada à atividade. Pelo contrário, aqueles com área inferior a 10 hectares constituem mais de 50% dos estabelecimentos e ocupam apenas 2,4% da área total (IBGE, 2009). Contudo, o setor da agricultura familiar, atualmente, responde por 38% do Valor Bruto da Produção Agropecuária brasileira e por 74,4% da ocupação de pessoal no meio rural, isto é, cerca de 12,3 milhões de pessoas (BRASIL, 2014b).

Os dados não deixam dúvida de que a enorme desigualdade fundiária, uma das marcas da evolução histórica da economia brasileira, presente desde o surgimento da economia colonial, cuja base eram o latifúndio monocultor e o trabalho escravo, permanece até hoje. Além disso, uma comparação dos dados do Censo Agropecuário de 2006 com os de 1996 mostra uma estabilidade

da desigualdade fundiária medida pelo índice de Gini em cerca de 0,856. Os dados contrastam com a realidade esperada de um país que tem observado não só uma diminuição significativa da desigualdade de renda e pobreza nos últimos anos, inclusive em áreas rurais, como também que assentou mais de 970 mil famílias, de 1995 a 2006, criando e ampliando linhas de crédito agrícola especiais para a agricultura familiar e agricultores assentados (HOFFMAN e NEY, 2010, p.7).

Conforme analisado pelos autores, os dados sobre distribuição de terras da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2009, 2008) mostra que as políticas de reforma agrária e de apoio à produção agrícola familiar não lograram garantir a expansão da pequena propriedade agrícola e provocar mudanças significativas na estrutura fundiária brasileira. Aliás, a mesma pesquisa revela que a desigualdade de rendimentos caiu, de 1995 a 2008, de forma menos intensa no setor primário do que para o conjunto de pessoas ocupadas na indústria e no setor de serviços.

Além de ser alta, a desigualdade de rendimentos na agricultura é definida por uma proporção substancialmente maior da renda apropriada por quem está na parte superior da distribuição do que nos demais setores (HOFFMANN e NEY 2010).

3.5.4.3 A indústria alimentar e a grande distribuição

Segundo os dados atuais, as indústrias de alimentos e bebidas sediadas no Brasil fornecem produtos por um valor que equivale a 9% do PIB nacional.

O faturamento das 45,4 mil empresas do setor, em 2012, somou R\$ 388,7 bilhões (R\$ 321,1 bilhões em alimentos e R\$ 67,6 bilhões em bebidas). Esses dados colocam o setor como o segundo maior em valor bruto de produção da indústria de transformação, atrás apenas do petroquímico (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA, 2012).

Entretanto, é oportuno considerar que, no Brasil, o setor da indústria de alimentos assim como o da distribuição varejista, ao longo das últimas três décadas, assistiram à intensa consolidação de grandes firmas estrangeiras e transnacionais.

A presença das firmas transnacionais na indústria de alimentos, para o Brasil, não é um fenômeno recente: a Nestlé está presente desde 1921 e o primeiro moinho da Bunge no Brasil remonta ao início do século passado. Porém, o ingresso de firmas transnacionais no setor da indústria alimentar, que até a Segunda Guerra Mundial tinha se mantido inferior à media nacional de presença de capital estrangeiro (25% do primeiro contra 41% da segunda), já a partir das décadas sucessivas foi crescendo (a Danone entrou na indústria láctea na década de 1970). A partir da década de 1980, o setor industrial alimentar e da distribuição, até então

menos atingidos pelo processo de internacionalização do setor agrícola e agroindustrial, viu acelerar o ritmo dos investimentos estrangeiros. Sua frequência e dimensão intensificaram-se ainda mais a partir de meados da década seguinte (FLEXOR, 2006).

De 1995 a 2005, ocorreram pelo menos 155 fusões e aquisições relativas a indústrias alimentares e do fumo.

Em 1997, o grupo Unilever comprou a empresa de sorvete Kibon e, em 2002, com a absorção do holding americano Bestfoods, adquiriu também as marcas brasileiras Arisco e Cica (a Cica, relançada sob o nome Knorr, tinha sido comprada em 1993 pela Arisco que, por sua vez, em 2000 fora adquirida pela americana Bestfoods).

Na indústria de chocolate, em 1996, a Kraft Foods adquiriu os ativos e as marcas da Lacta, passando a compor, substancialmente, um duopólio, em concorrência com a Nestlé (que, no entanto, passara a controlar a Garoto).

Em 1990, 15 das 20 maiores empresas de alimentos ativas no país são controladas por capital nacional.

Em 2003, 10 delas respondem a marcas multinacionais — sendo que, entre as primeiras 10 por importância, 7 são multinacionais e apenas 3 são brasileiras.

Tabela 10. As 20 maiores empresas de produção alimentícias ativas no Brasil em 1990 e em 2003.

1990	2003
Nestlé (mltnc)	Bunge (mltnc)
Coopesucar (Br)	Cargill (mltnc)
Ceval (Br)	Sadia (mltnc)
Sadia Concórdia (Br)	Nestlé (mltnc)
Sanbra (mltnc)	Coinbra Dreyfuss (mltnc)
Perdigão (Br)	Perdigão (Br)
Refinaria de Milho Brasil (mltnc)	Coamo (Br)
União (Br)	Unilever (mltnc)
Frigobrás (Br)	Seara (mltnc)
Cargill (mltnc)	Kraft (mltnc)
Cica (Br)	Amaggi (Br)
Citrosuco (Br)	Caramuru (Br)
Leite Paulista (Br)	Frangosul Doux (mltnc)
Cutrale (Br)	Aurora (Br)
Garoto (Br)	Elma Chips-Quaker (mltnc)
Arisco (Br)	Marfrig (Br)
Lacta (Br)	Bianchini (Br)
Braswey (Br)	Danone (mltnc)
Olvebra Ind. (Br)	Itambé (Br)
Fleischmann Royal (mltnc)	Ajinomoto (mltnc)

Elaboração dos dados a partir de: FLEXOR, 2006; BELIK e ROCHA, s.d.

No que se refere à situação dos diferentes setores, a predominância de firmas nacionais ou estrangeiras se configura de forma variada e gradativa.

Por um lado, há a indústria alimentar de molhos, conservas e chocolate, dominada por grandes marcas transnacionais (Unilever, Nestlé, Kraft). O mesmo acontece com a indústria de insumos e defensivos agrícolas (Bayer, Syngenta, BASF e Uniroyal) e as indústrias agroexportadoras do complexo soja, onde alguns competidores brasileiros importantes, como a Amaggi, a Coamo e a Caramuru, têm que enfrentar a competição de grandes nomes multinacionais do setor (Bunge, Cargill, ADM e Coinbra-Dreyfuss).

Por outro lado, temos setores industriais consolidados e protagonizados por firmas brasileiras. É o caso da indústria de concentrado de laranja e do complexo exportador de carnes brancas (frango e suínos). A primeira é atualmente liderada pelos grupos Cutrale, Citrosuco, Citrovita e Coinbra-Dreyfuss (esta última é a única não brasileira).

A Sadia e Perdigão, ambas nacionais, ainda conseguem dominar o setor industrial das carnes brancas, enquanto a aquisição da Frangosul pela francesa Doux, a compra da Seara pela Cargill e a parceria entre a Thyson e a Globoaves mostram o interesse das firmas transnacionais que atuam ou pretendem ingressar no ramo.

No meio, achamos setores ainda não consolidados, nos quais, apesar da presença das firmas multinacionais, as empresas brasileiras podem ganhar terreno. É o caso de alguns setores especializados, mais “de nicho” e com maior valor agregados, tanto no caso da distribuição varejista, como da indústria alimentar.

Para o primeiro âmbito, as cadeias dos produtos orgânicos, típicos, regionais e artesanais, por exemplo, representam uma boa oportunidade, assim como o ramo lácteo representa para a indústria. O espaço deixado pela saída da transnacional Parmalat, após sua crise, por exemplo, está sendo ocupado por grupos e cooperativas brasileiras como a Itambé, a Elege, a CCL e a Embarê.

Entre os mercados ainda não consolidados, o das carnes bovinas, atualmente, é dominado pelos grupos brasileiros Friboi, Bertin, Minerva e Marfrig.

Se, por um lado, o peso do mercado informal, a dificuldade para definir sistemas de rastreabilidade e de gerenciamento da segurança e da qualidade eficientes parecem não atrair investimentos estrangeiros no setor, por outro lado, as atividades de grandes grupos europeus e estadunidenses no mesmo ramo, indicam que ele está sendo observado pelas principais firmas multinacionais.

Finalmente, do lado dos já mencionados, existem no Brasil, setores cujas indústrias resultam pulverizadas e próximas à “commoditização”. Trata-se dos setores de feijão, arroz,

farinha, frutas e legumes, ou seja, de numerosos e importantes mercados agroalimentares relativos aos produtos mais comuns e consumidos na dieta brasileira⁵⁴ (FLEXOR, 2006).

A partir da década de 1990, a importante onda de investimentos estrangeiros interessa também o setor da distribuição varejista, delineando a face atual de supermercados e pontos de comércio, a cada dia mais “multinacionalizada” e hiper-dimensionada, especialmente nas regiões residenciais e mais abastadas das principais cidades e capitais brasileiras (FLEXOR, 2009).

A presença da Carrefour, já a partir de 1995, é cada vez mais capilar graças à difusão de suas bandeiras (Carrefour, Carrefour Bairro, Carrefour Express, Atacadão e Supeco).

A entrada, em 2003, e a difusão da Wal-Mart (atualmente dono da Bompreço e presente em 18 estados do Brasil), assim como a recente aquisição do Grupo Pão de Açúcar (supermercados Pão de Açúcar e Extra) por parte do varejista francês Casino revelam um processo de transnacionalização do sistema agroalimentar brasileiro consolidado, o qual atinge quase todos os elos das cadeias de valores, acelerando o processo de concentração industrial (FLEXOR, 2009).

3.5.5 O sistema agroalimentar na Itália

Até meados da década de 1950, a Itália era um país predominantemente rural, a maioria de sua população morava no campo e a agricultura era a atividade mais relevante da economia nacional.

O plano Marshall, ativo a partir de 1953, representou um primeiro impulso para a reconstrução da nação após a devastação da Segunda Guerra Mundial. A partir de 1954, graças também à criação e ao ingresso no Mercado Comum Europeu, o país começou a se desenvolver.

Em poucos anos — os anos do assim chamado *miracolo economico* (milagre econômico) — a Itália se tornou um país precipuamente urbanizado e industrial. A rápida industrialização, protagonizada pelos setores têxtil, siderúrgico, microeletrônico, químico, petroquímico e edílico, posicionou a Itália entre os sete países mais industrializados do mundo. Isso implicou o abandono massivo dos campos e das atividades ligadas à agricultura, junto com

⁵⁴ Em 2000, a líder do setor do arroz, a Camil, detinha uma participação de 5,38% nesse mercado e os quatro principais grupos, juntos, não chegavam a 7% do faturamento total (FLEXOR, 2006).

a urbanização intensa e acelerada da população, em detrimento da produção primária e dos terrenos agrícolas (CEDERNA, 1980; LEONARDI, COVA, 1997; CASTROVOVO, 2012, 2012; CRAINZ, 2003, 2009).

3.5.5.1 Estrutura, produtos e números do setor agropecuário

Hoje, a contribuição da agricultura italiana para a formação do PIB nacional é de 2%, um valor alinhado à média dos principais países da União Europeia (1,8%).

Apesar de sua reduzida participação na composição final do PIB nacional, a agricultura italiana é o elo primário de um grande sistema integrado e vital para a economia do país. Ela conecta vários outros setores produtivos — desde a produção de meios e instrumentos técnicos e serviços para a agricultura, até as atividades transformativas da indústria alimentar, da distribuição, ligados a restaurantes e turismo — que valem, no conjunto, a cifra importante de mais de 260 bilhões de euro por ano. Isto é, a agricultura, move, a jusante e a montante, um volume de negócios correspondente a 17% do PIB italiano (INEA, 2013a, 2013b, 2014).

Os componentes principais dessa economia são: 28,1 bilhões de euros de valor agregado agrícola, 25 bilhões de euros em consumos intermédios, 17,8 bilhões de euros de investimentos, 25,7 bilhões de valor agregado procedente da indústria alimentar, 43,8 bilhões de euros de valor agregado dos serviços de restaurantes e 108 bilhões de euros da comercialização e distribuição de bens alimentares (dados ISTAT de 2013).

De acordo com os resultados do 9º censo da indústria e dos serviços (ISTAT, 2012a), o número de empresas ativas no ramo da indústria alimentar (incluindo a indústria de bebidas e fumo), apesar da diminuição em relação ao censo anterior (relativo a 2001), são 58.709 e constituem, em termos numéricos, 14% das empresas manufatureiras italianas, de todos os setores.

Ainda após 2008, durante os anos da crise econômica, a indústria alimentar nacional tem demonstrado uma boa resposta à conjuntura negativa, com valores da produção positivos em 2010 e 2011 (variação anual de +2,7 e +2,4%) e levemente decrescentes em 2012 e 2013 (respectivamente, 0,8% e -1,5) —mas ainda positivos, se considerados em comparação com as performances dos outros setores (INEA, 2014). Segundo a análise dos dados oficiais elaborada pelo Istituto Nazionale di Economia Agraria italiano (INEA, Instituto Nacional de Economia Agrária), atualmente, o valor agregado da indústria alimentar representa, no seu conjunto, cerca de 12% do valor agregado vindo da indústria manufatureira e 8% do total do setor industrial, incluindo as construções (INEA, 2014).

No que diz respeito à estrutura de propriedade e gestão de terrenos e empresas agrícolas, embora o 6º censo geral da agricultura fotografe uma diminuição do número de empresas agrícolas (-32,4% em relação a 2000) e apesar de registrar um aumento das empresas definidas, segundo os parâmetros de referimento italianos, de grande extensão (mais de 30 ha), a agricultura italiana continua caracterizada pelo número muito elevado de micro e pequenas propriedades e de micro e pequenas empresas (ISTAT, 2012b). Os empreendimentos com valores de produção padrão menores de 8.000 euros constituem 62% do total dos empreendimentos agrícolas, enquanto, em termos de valor econômico, concentram apenas 5,3% da produção padrão total da agricultura nacional⁵⁵ (ISTAT, 2012b; INEA, 2014).

Do ponto de vista de volumes e valores de produção, apenas 310 mil empresas agrícolas (19% do total) são hoje consideradas verdadeiros empreendimentos produtivos dotados de algum peso. A estas se deve quase 90% do total da produção padrão agrícola italiana por ano (INEA, 2013b).

A estrutura do setor agropecuário italiano, portanto, é fortemente caracterizada por empreendimentos de tipo individual (96%), geridos diretamente pelo titular e por seus familiares (95,4%). Apenas 4,1% dos empreendimentos envolvem empregados assalariados externos ao núcleo familiar. Este último, de fato, detém o papel central no planejamento e para o desenvolvimento da atividade agrícola.

As micro e pequenas empresas agrícolas, embora detenham um peso econômico modesto em termos de produção primária, revestem um papel importante em relação à manutenção da paisagem e do meio ambiente, assim como para as economias locais da maioria das regiões e de numerosas famílias italianas.

Aliás, para essa tipologia de micro empreendimentos, a diversificação multifuncional das empresas, isto é, a forma auspiciada pela Política Agrícola da União Europeia, mais do que uma meta ou um modelo a ser seguido, é a única forma para se manterem vivas. São muito frequentes, por exemplo, as empresas familiares que realizam processamento, transformação e embalagem de suas próprias produções, tudo de forma artesanal ou semiartesanal, e

⁵⁵ A produção padrão de uma atividade produtiva é o valor médio ponderado da produção bruta total, incluindo o produto principal e todos os produtos secundários, realizados em uma determinada região, durante um ano de produção agrícola. O valor da produção obtido a partir de uma atividade agrícola é determinado como a soma das vendas da empresa, dos gastos relativos aos empregos, do autoconsumo e das alterações de estoque armazenados, menos os custos de compras e substituições de estruturas e/ou animais. O valor deve ser considerado sem o imposto sobre valor agregado (IVA) e excluindo eventuais financiamentos públicos diretos. (cf. Sistema Documentale RICA (SDR), 2015. Definizioni e metodi calcolo. Artigo disponível em: <http://www.rica.inea.it/documentazione/?page_id=2153>, acesso em: fevereiro 2015).

vendem seus produtos através de diferentes canais (para o comércio varejista local, nas feiras, para restaurantes, com venda direta junto à fazenda ou pela internet).

Com efeito, na Itália, a venda direta dos produtos agrícolas frescos ou transformados (queijos, conservas, pães, embutidos etc.), do produtor ao consumidor, realizada *in loco* ou por entrega domiciliar, é uma prática cada vez mais conhecida e apreciada. De acordo com os dados do 6º censo da agricultura, em 2010, os produtores italianos que adotam o canal da venda direta ao consumidor são 270.579 (titulares de empreendimentos), representando 26% do total das empresas que comercializam sua produção ou parte dela. A venda direta ao cliente é mais praticada no Centro e no Sul da Itália, onde as porcentagens sobem, respectivamente, para 35% e 31%. No que se refere ao tamanho dos empreendimentos que realizam a venda direta, como já mencionado, esta é mais frequente no caso de empresas muito pequenas: 76% dos que praticam a venda direta se concentram na categoria de empreendimentos com terras entre 0 e 3 hectares. O valor diminui para 21% para as que pertencem à categoria entre 3 e 5 hectares.

Muitas das pequenas empresas agrícolas familiares recorrem, também, à fórmula do *agriturismo* (agroturismo). Isto é, combinam o trabalho agrícola tradicional com o serviço de hospitalidade turística caseira e de restaurante, oferecendo os produtos produzidos e processados *in loco*, junto com a oportunidade de poder presenciar ou participar de perto o trabalho da fazenda. Uma evolução do conceito agroturístico, recentemente adotado por muitas fazendas, é o da *fattoria didattica* (fazenda didática). Graças a cursos de formação específicos, o pessoal que trabalha na fazenda se capacita para receber famílias ou grupos (escolares, de turistas etc.), aos quais oferece cursos de educação ambiental e oficinas práticas relacionadas com o mundo agrícola (plantio, fabricação de conservas, caseificação etc.). Essa é outra forma de diversificar as fontes de renda do pequeno empreendimento agrícola.

Voltando às características gerais do setor, o agroalimentar italiano tem uma consolidada dependência do exterior, com um saldo comercial normalizado negativo de 8,3 pontos.

Tabela 11. Saldo comercial do setor agroalimentar italiano.

	2000	2011	2012	2013
Total produção agroindustrial	67.899	77.625	79.993	-
Importações	25.358	39.595	38.600	39.756
Exportações	16.867	30.516	32.050	33.645
Saldo	-8.491	-9.079	-6.550	-6.111
Saldo normalizado	-	-12,9	-9,3	-8,3

Fonte: INEA/ISTAT

A Itália importa produtos transformados por um valor de 24 bilhões de euros, especialmente carnes frescas congeladas (€4,5 bilhões), produtos lácteos e queijos (€3,6 bilhões) e peixe processado ou conservado (€3,2 bilhões).

Os produtos alimentares do setor primário mais importados são os do grupo dos cereais (€2,4 bilhões), os do grupo “café, chá e especiarias” (€1,6 bilhões) e os animais vivos (€1,5 bilhões). O total das importações do setor primário soma 12,3 bilhões de euros (INEA, 2014).

No que concerne aos produtos agroalimentares que a Itália exporta para o exterior, o componente mais significativo é o relativo aos produtos processados, com valores correspondentes a 19 bilhões de euros. As exportações de bebidas rendem 6,2 bilhões de euros, seguidas pelos produtos do setor primário (5,6 bilhões de euros).

Durante toda a última década e sem interrupção, as exportações de alimentos transformados, assim como o ramo da indústria e do artesanato alimentares, mostram resultados melhores e maior dinamicidade do que os demais setores produtivos nacionais. As exportações de bebidas também registram desempenho positivo e aumento constante (INEA, 2013a, 2013b).

Entre as exportações italianas procedentes do setor primário, mais de 75% é representado pelos produtos vegetais. Entre eles, as frutas frescas (excluindo as frutas cítricas) constituem o componente principal (2,4 bilhões de euros, com tendência ao aumento), seguidas pelas hortaliças (1 bilhão de euros).

Atualmente, os produtos agroalimentares italianos são vendidos principalmente para os 28 países da União Europeia (66,9%), em especial Alemanha, França e Reino Unido.

Além da União Europeia, o segundo principal comprador é a América do Norte (10,4%) e, em particular, os Estados Unidos (INEA, 2013a, 2013b, 2014).

As importações são, por 70%, procedentes de países da União Europeia (França, Alemanha e Espanha). Crescem, porém, as importações vindas de novos países fornecedores, como os da África e da América Latina.

A Argentina é o principal fornecedor de carne. Enquanto o Brasil é, desde sempre, o primeiro fornecedor do café que chega à Itália (32%), seguido por Vietnã (13%) e Índia (11%).

O Brasil vende também 17% dos 4,7 milhões de toneladas de sementes oleaginosas e farinhas proteicas importadas anualmente pela Itália (o Brasil é o terceiro, depois da Argentina e da União Europeia, que fornecem, respectivamente, 35% e 21% destes produtos). Outro

setor importante de vendas do Brasil para a Itália é o de couros e produtos de peleteria (INEA, 2014).

Tabela 12. Comércio agroalimentar da Itália, por setores. Setor primário.

Produto	Importações (milhões de euros)	Exportações (milhões de euros)	Saldo normalizado
Sementes	501,9	251,1	-33,3
Cereais	2.422,9	79,4	-93,7
Hortaliças e leguminosas frescas	739,9	1.135,5	21,1
Hortaliças e leguminosas secas	238,5	42,7	-69,6
Frutos cítricos	313,7	180,2	-27,0
Frutos tropicais	543,8	64,6	-78,8
Outros frutos frescos	558,8	2.408,4	62,3
Frutas secas	906,1	310,5	-49,0
Vegetais fibras têxteis	83,7	11,0	-76,8
Sementes e frutos oleaginosos	854,1	30,4	-93,1
Cacau, café, chá, especiarias	1.335,8	66,9	-90,5
Produtos floricultura e plantas vivas	456,9	664,2	18,5
Fumo não manufaturado	33,4	240,3	75,6
Animais vivos	1.361,9	61,0	-91,4
Outros produtos de criação	492,2	74,4	-73,7
Produtos da silvicultura	668,4	130,5	-67,3
Produtos da pesca	973,2	216,4	-63,6
Produtos da caça	178,3	31,8	-69,8
Total setor primário	12.663,5	5.999,2	-35,7

Dados reais a 2013, fonte: INEA

Tabela 13. Comércio agroalimentar da Itália, por setores. Setor Indústria alimentar e das bebidas.

Produto	Importações (milhões de euros)	Exportações (milhões de euros)	Saldo normalizado
Arroz	80,6	493,3	71,9
Derivados dos cereais	1.192,2	3.971,1	53,8
Massas alimentícias	67,4	2.066,70	93,7
Açúcar	1.110,2	198,1	-69,7
Produtos confeitaria	798,8	1.408,4	27,6
Carnes frescas e congeladas	4.558,9	1.086,2	-61,5
Carnes preparadas e processadas	347,6	1.320,0	58,3

Produtos da pesca	3.289,7	343,3	-81,1
Hortaliças processadas	926,2	2.169,1	40,2
Frutas processadas	549,2	1.017,4	29,9
Produtos lácteos	4.022,8	2.601,1	-21,5
Óleos e gorduras	3.077,1	1.967,8	-22,0
Rações animais	1.957,9	760,5	-44,0
Total Indústria Alimentar	25.102,7	20.627,8	-9,8
Vinho	313,6	5.190,3	88,6
Mostos	9,3	33,6	56,6
Outros Alcoólicos	947,4	909,0	-2,1
Bebidas não alcoólicas	189,2	628,2	53,7
Total Bebidas	1.459,6	6.761,1	64,5
Total Indústria Alimentar e Bebidas	26.562,2	27.388,8	1,5

Dados reais a 2013, fonte: INEA

Além dos já mencionados setores do peixe e das carnes, das tabelas 12 e 13 emergem claramente alguns dos *input* produtivos vitais para o ramo manufatureiro italiano e para a fabricação dos transformados que o país mais exporta para o exterior. Eles são os cereais, o açúcar, o café (não processado) e o azeite de oliva. Em substância, isso quer dizer que a Itália importa a matéria-prima dos principais produtos que sua indústria alimentar processa e vende para consumo interno, mas também para o exterior.

Efetivamente, entre os principais itens exportados (Tab. 14), há os derivados dos cereais, as conservas, em geral, e conservas de tomate, o azeite, os vinhos, o café torrefacto e os produtos de confeitaria. Junto com alguns renomados queijos e o *aceto balsâmico*, estes representam os produtos típicos da indústria alimentar italiana. Conhecidos e apreciados no mundo inteiro, eles constituem os principais itens de exportação (Tab. 15) e compõem o que a literatura do setor chama de *Made in Italy*. Eles são o fruto de uma cadeia produtiva capaz de agregar e reter boas cotas de valor (cf. infra).

Tabela 14. Os primeiros 17 produtos importados.

Peixes processados	1.824,4
Rações e farinhas p/ animais	1.488,2
Carne suína semiprocessada, fresca e refrigerada	1.244,3
Couros e peleteria	1.144,8
Açúcar e outros produtos sacaríferos	1.110,2
Crustáceos e moluscos congelados	1.101,9
Café (cru)	1.064,3
Azeite extravirgem de oliva	1.024,3
Carne bovina semiprocessada, fresca ou refrigerada	919,1
Óleos e gorduras vegetais	899,1
Trigo tenro	867,6
Bovinos p/ criação	854,3

Milho	846,6
Queijos semicurados	816,5
Produtos de confeitaria à base de cacau	669,4
Leite	635,1
Soja (semente)	603,5
Coalhadas e outros queijos frescos	535,8

Valores em milhões de euros; fonte: INEA, dados relativos a 2013

Tabela 15. Os primeiros 18 produtos exportados.

Massa	1.556,5
Conservas de tomate e pelati	1.441,6
Vinhos tintos e rosé DOP, engarrafados	1.376,1
Produtos de confeitaria à base de cacau	1.256,8
Azeite extravirgem de oliva	1.256,8
Café torrefacto	997,9
Biscoitos e prod. de confeitaria	959,4
Grana Padano e Parmigiano Reggiano	768,7
Maçãs (frescas)	696,4
Vinhos tintos e rosé IGP, engarrafados	649,6
Carnes suínas transformadas (frios e embutidos)	647,5
Uva de mesa	600,6
Vinhos brancos IGP, engarrafados	597,2
Pães e produtos de panificação	518,9
Sucos de fruta	516,3
Rações animais	515,1
Outros licores	501,4
Arroz	493,3

Valores em milhões de euros; fonte: INEA, dados relativos a 2013

3.5.5.2 Indústria e artesanato agroalimentares

A análise dos detalhes da balança comercial italiana atesta que uma cota dominante das exportações nacionais (cerca de 83%) é constituída por produtos destinados ao consumo final, 70% dos quais procedentes da indústria alimentar. Esses fluxos em saída constituem o ponto final da cadeia produtiva. Preservam, portanto, o valor agregado.

A categoria dos produtos do assim chamado *Made in Italy* (cf. supra), em termos de vendas e valor, representa a parte preponderante das exportações agroalimentares italianas (75%, saldo normalizado acima de 60%), com mais de 24 bilhões de euros de agregado anual (INEA, 2013a, 2013b, 2014).

Os produtos do *Made in Italy*, assim como os demais produtos associáveis à excelência gastronômica italiana, formam o setor de ponta da economia gerada pelo sistema agroalimentar nacional.

Eles confirmam a vantagem comparativa baseada, precisamente, nos produtos transformados, que registram um saldo normalizado de 76,8% em constante aumento (INEA,

2013b), e sustentada pela forte presença da indústria e do artesanato alimentares — um setor pulverizado, porém capilarmente desenvolvido em todo o território italiano e filho de uma antiga e cultuada tradição.

A indústria e o artesanato alimentares italianos compõem, realmente, um panorama muito dinâmico e rico, pilar para muitas economias locais, marco distintivo e ingrediente básico da cultura nacional, como do cotidiano de qualquer italiano de hoje e da tradição histórica.

Segundo dados estatísticos recentes, o ramo da indústria alimentar é, de fato, o que tem mostrado melhor resposta à crise econômica dos últimos anos.

Enquanto todos os demais setores da economia italiana, inclusive o da produção agrícola primária, dão sinais negativos, especialmente no que se refere ao mercado interno, o valor agregado originário da indústria alimentar é o único que continua crescendo, com velocidade menor em relação ao período anterior à crise, tanto no mercado externo como no interno. As empresas manufactureiras alimentares e das bebidas registraram, entre 2012 e 2013, um incremento da variação mediana da receita total de 9,4% e 11%, respectivamente, enquanto a indústria italiana de moveis e de roupa, por exemplo, no mesmo período sofria contrações de -14,6 e -13,5 pontos percentuais (ISTAT, 2014).

Do ponto de vista estrutural e do desempenho, a indústria alimentar italiana é uma das mais consolidadas e importantes da União Europeia. Segundo os dados do instituto europeu de estatística (Eurostat), a Itália é o segundo país por número de empresas alimentares (industriais e artesanais), precedida apenas pela França. O número de empreendimentos ativos no ramo alimentar tem aumentado com taxa média anual de 0,5% (em contratendência ao setor manufatureiro, no conjunto, que decresce anualmente de -1,1%; INEA, 2013a).

A copiosidade dos empreendimentos alimentares nacionais expressa níveis elevados de pulverização do tecido produtivo. Entre os primeiros quatro países europeus por número de empresas no setor, a Itália registra menor incidência de estabelecimentos com número de empregados superior a 50 unidades. A prevalência de empresas médias e pequenas, assim como no caso das empresas agrícolas, é o fator distintivo do setor. Estas são responsáveis por 30% da receita total do setor e por 36% da força de trabalho total (INEA, 2013a).

A história do desenvolvimento do ramo manufatureiro alimentar italiano e de sua passagem através de épocas de “colonização” por parte das grandes firmas transnacionais, até chegar ao quadro atual, segue um trajeto marcado por tendências e elementos culturais peculiares.

Nos anos do *miracolo economico*, de 1958 a 1973, a alimentação e a disponibilidade de bens para a população italiana, até então rural e pobre em sua maioria, melhorou consideravelmente.

A disponibilidade de calorias per capita cresceu, de repente, de mais de um terço. Mesmo permanecendo dentro da estrutura fundamental da dieta mediterrânea, os italianos passaram de menos de 2.500 calorias diárias per capita — isto é, o penúltimo lugar, antes de Portugal, entre os países da Europa ocidental — para 3.300 calorias, um valor perfeitamente alinhado com o padrão europeu da época. Analogamente, o consumo de carboidratos, base da dieta nacional, aumentou muito dos anos cinquenta aos anos oitenta. O incremento no consumo de proteínas e gorduras, em comparação, foi bem mais lento, e alcançou níveis parecidos com os dos países desenvolvidos só na década de 1980 (VERTICCHIO, 2013).

O aspecto saliente dessa revolução alimentar foi a difusão, jamais experimentada em épocas anteriores, do consumo de carne, um alimento até então raríssimo nas mesas das famílias italianas médias e, historicamente, símbolo de status socioeconômico elevado. Contemporaneamente, cresceu o consumo de vários gêneros alimentares, tradicionalmente presentes na dieta italiana, como hortaliças e frutas cítricas, açúcar, café, leite e queijos.

O incremento na demanda de alimentos de origem animal gerou um grande déficit na balança comercial italiana. O aumento de demanda não vinha acompanhado pelo incremento da produção. Pelo contrário, a Itália estava se desruralizando e industrializando.

O oposto ocorreu no setor manufatureiro alimentar, que acompanhou muito bem o ritmo de aumento da demanda por comida. Durante a primeira fase do *boom* econômico, o índice de produção deste setor cresceu de 77,8% (a indústria, no seu conjunto, crescia com uma taxa anual de 150%).

Na segunda fase, de 1965 a 1970, a indústria alimentar manteve taxas de crescimentos análogas às da indústria *lato sensu* (+26,3% e +27,6%, respectivamente), para depois ultrapassá-la, na década de 1970 (+31%) e de 1980 (+14,8 para os setores alimentares de base, +29% para o setor açucareiro, das bebidas e outros setores avançados; CHIAPPARINO, COVINO, 2002; VERTICCHIO, 2013).

As concentração e modernização tecnológicas do período em questão, apesar de propiciarem o desenvolvimento da indústria alimentar, na prática, acabaram mantendo a fragmentação e a rica diversificação que já a distinguiam, a partir do século XIX. O setor, a partir do aparecimento de suas primeiras formas modernas até hoje, sempre teve uma face muito heterogênea: abrange o artesanato mais tradicional, semirural e familiar — é o caso de algumas manufaturas de transformação de cereais, uva, olivas, queijos, carne e embutidos —, o artesanato urbano, sempre de tipo familiar (confeitaria, panificação, produção de licores e

destilados), as atividades em que a comercialização prevalece sobre a produção (café) e a industrialização em escala maior, com alta intensidade de capital e integração vertical, como é o caso das grandes indústrias de produtos à base de cereais, da massa e do arroz, da indústria das conservas de frutas e hortaliças e, mais tarde, do setor de laticínios e dos frios (nesse caso, em forma de grandes cooperativas de pequenos produtores e transformadores). Tudo isso, como já mencionado, desde sempre é caracterizado pela dispersão geográfica extrema e pela distribuição homogênea sobre o território nacional (com exclusão das regiões de alta montanha).

A Itália é, com certeza, um dos Países do mundo onde o risco de concentração dos produtores de alimentos é menos forte. Um pouco por causa do particularismo que caracteriza nossa economia “asfixiada”. Um país dominado pelo modelo, sob muitos aspectos, negativo, da pequena e média empresa, que no setor alimentício poderia transformar o defeito em virtude. Isso é demonstrado por um estudo da agência Next, por meio de um questionário endereçado aos empreendimentos do setor alimentar italiano. O elenco dos principais deles diz que estamos bem abaixo do nível dos colossos mundiais. A única marca que, por valores faturados, se aproxima a estes últimos é a Ferrero, com 8,1 bilhões de euros de receita anual, cerca de 10 bilhões de dólares, pouco menos dos 13 bilhões da Kellogg’s. As outras marcas estão atrás, longe desses valores. A Barilla fatura 3,5 bilhões de euros e se encontra limitada pelo fato de seu business ser um produto altamente conotado como a massa. As outras marcas italianas acima de 1 bilhão de receita anual se contam pelos dedos de uma mão: o grupo Cremonini (3,5 bilhões), a Parmalat (1,4), a Amadori (1,3), a Lavazza (1), a Conserve Italia (1) (GRISERI, 2014, s.p., tradução nossa).

As origens e tradições da indústria agroalimentar italiana têm uma grande importância, contribuindo substancialmente para o surgimento e para a evolução da classe empresarial e do crescimento econômico da nação.

Além disso, é necessário considerar que esta tradição e o conjunto de conhecimentos e práticas associadas significam muito para a cultura do viver cotidiano de todo italiano. É suficiente pensar no antigo hábito italiano e na riqueza de formas de preparar e conservar as carnes, os queijos e os produtos vegetais. Ou, ainda, no apego nacional para com esse patrimônio, que os italianos expressam, como consumidores, na enorme atenção para a variedade e a origem da boa comida e dos ingredientes de qualidade.

Todos esses saberes e fazeres estão profundamente ligados às condições climáticas e ambientais de cada território. A localidade exerce sobre o agroalimentar uma influência maior do que nos demais setores econômicos. As características territoriais peculiares incorporadas pela infinidade de produtos típicos regionais, que tornam únicos o Parmiggiano Reggiano, o Grana Padano, o vinho Chianti e a mozzarella de búfala, por exemplo, durante os últimos

sessenta anos, permitiram o florescer de milhares de grandes, médias e micro empresas (BAGNATO, 2004).

Tudo isso, provavelmente, contribui para explicar a discreta resistência do agroalimentar italiano à “multinacionalização”.

3.5.5.3 *Multinacionalização incompleta*

Desde final da década de 1970 e, mais intensamente nos anos oitenta, a abertura dos mercados seguida à onda neoliberal, a ampliação dos consumos e da demanda por bens alimentares industrializados prontos para o uso, junto com a escassa força financeira e gerencial — vestígio das dimensões reduzidas dos empreendimentos do setor alimentar, majoritariamente familiares —, favoreceram o processo de aquisição de empresas e produções nacionais por parte de grandes firmas multinacionais e estrangeiras, assim como a imposição, no mercado, de produtos alimentares industriais importados. Entre 1986 e 1987, o alimentar é o primeiro dos setores industriais italianos por número de aquisições realizadas por firmas estrangeiras (VERTICCHIO, 2013).

Naquela época, juntamente com a difusão do *fast food*, produtos etiquetados Nestlé, Coca Cola, Kellog’s, Danone, Unilever, Mars, Pepsicola, Mondalez, Associated British Food e General Mills fizeram seu ingresso nas prateleiras dos mercados e das casas italianas. Estas são as 10 marcas mais presentes, desde aquela época e ainda hoje. Eram exatamente os anos e os eventos em concomitância com os quais surgia a resposta do Slow Food.

Àquelas tendências reagiu também outro ator: a classe empresarial italiana. Algumas figuras de destaque da indústria e da finança nacionais resolveram responder às aquisições estrangeiras com operações de compra, investimento, modernização e consolidação daquelas que, a partir de então, se tornaram as grandes indústrias alimentares italianas.

Disso resultou que, já em meados da década de 1990, entre os primeiros 10 grupos por volume de receita e número de empregados presentes no mercado italiano, 7 eram nacionais. O segundo nome, depois da Nestlé, é o da Barilla. Entre os primeiros 20 nomes dessa classificação, 14 pertencem a empresas italianas (VERTICCHIO, 2013).

Assim sendo, a Itália ficou em uma posição relativamente marginal no que se refere ao fenômeno da multinacionalização, se compararmos sua situação com a dos demais países europeus.

Além dos mencionados, existe também outro motivo para isso.

A Itália atraiu menos investimentos estrangeiros, em comparação com outros países europeus, e as empresas italianas são menos internacionalizadas que as dos vizinhos, devido a

tendências políticas e governamentais específicas e prolongadas: o governo italiano, já a partir das primeiras décadas do século passado, optou decididamente pela indústria nacional com participação pública, para impedir a aquisição, por parte de firmas estrangeiras, de empresas privadas nacionais em dificuldade. Dessa forma, foram favorecidas também as fusões entre empresas italianas e limitadas as oportunidades de ingresso em favor de capitais estrangeiros.

No que concerne ao setor da distribuição varejista, a Itália mostra sinais de resistência ao capital estrangeiro e às grandes transnacionais análogos aos da indústria alimentar.

Paralelamente à boa cobertura nacional dos pontos comerciais dos grupos franceses Carrefour e Auchan e do alemão Lidl, entre as firmas mais presentes e maiores estão os italianos Coop, Conad, Esselunga, Pam, Finiper, Bennet e Eurospin.

Uma peculiaridade importante da distribuição italiana é que, entre os mais difusos e importantes, estão os supermercados e as lojas geridas por cooperativas de consumidores e revendedores varejistas (COOP, Conad e Sigma). Além do mais, há alguns anos, estes optaram por uma filosofia de empresa voltada a garantir espaço a linhas de produtos orgânicos, mas, sobretudo, a produções artesanais e tradicionais de pequenos fornecedores que possuem o reconhecimento de denominação de origem e indicação geográfica (DOP e IGP).

Outra característica fundamental do sistema de distribuição varejista italiano tem a ver com as dimensões dos pontos de venda, geralmente reduzidas — sobretudo se comparadas com os supermercados das cidades brasileiras.

Os hipermercados são poucos, especialmente dentro das grandes cidades. Além disso, devido aos hábitos familiares e à cultura dos italianos em relação às fórmulas do abastecimento alimentar doméstico (preferem a prática das compras diárias), na Itália, a pluralidade de pequenas lojas, laboratórios artesanais e revendas de produtos locais parecem conseguir sobreviver. Ainda hoje, eles nutrem e denotam o comércio nos centros urbanos.

De tal modo, nas lojas e mercados italianos, do lado dos produtos industrializados, padronizados e globais dos gigantes transnacionais, convivem e são muito fáceis de ser achados os alimentos produzidos pelas indústrias italianas, menores e maiores, assim como a enorme variedade de produtos artesanais e semiartesanais, locais e nacionais.

Aliás, seria mais exato observar que, nos últimos anos, mesmo em tempo de crise econômica — ou, justamente, como consequência da crise e do repensamento ocorrido a respeito das formas do “superdesenvolvimento” — a conscientização cada vez maior dos consumidores em relação à qualidade, à origem, aos aspectos ambientais e éticos dos alimentos, assim como a preferência por produtos locais não industrializados valorizaram os aspectos de tipicidade, variedade e genuinidade.

3.5.5.4 *No país dos produtos típicos*

Um dado absolutamente significativo que confirma o que foi ilustrado nos parágrafos precedentes é o fato de a Itália, desde sempre, deter a porção maior de produtos com Denominação de Origem e Indicação Geográfica inscritos no registro da União Europeia (cf. par. 3.5.2.1). Aliás, os produtos italianos reconhecidos vão aumentando constantemente. Hoje são 268. A Itália, por si só, detém mais de um quarto de todos os produtos DOP e IGP da Europa.

A maioria dos produtos italianos é constituída por: variedades hortícolas e de frutas, tanto frescas como transformadas (40% do total), cereais e derivados dos cereais (18%), azeites extra virgem de oliva (17,6%) e embutidos e presuntos (mais de 14%).

De acordo com as estimativas da Comissão Europeia, os produtos DOP e IGP da União, no último quinquênio, têm gerado um valor econômico superior a 16 bilhões de euros por ano (valor que sobe a 54 bilhões incluindo os vinhos com reconhecimento DOP e IGP; INEA, 2013a, 2013b).

O valor total de mais de 12 bilhões de euros anuais procedente do setor das produções DOP e IGP italianas é equilibradamente dividido entre setor agroalimentar (6,5 bilhões de euros) e vinícola (5,7 bilhões de euros).

Segundo as pesquisas do Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare (ISMEA) sobre a produção dos últimos quatro anos, o valor da produção DOP e IGP italiana registra um incremento superior a 9%. O volume do mercado de consumo relativo ao setor, estimado por volta de 12 bilhões de euros, também resulta em aumento (+5,5%), tanto no mercado interno como no externo (INEA, 2013a, 2013b).

Substancialmente, isso quer dizer que, mesmo durante a atual fase de inflexão econômica, desfavorável aos consumos — ainda mais ao consumo de bens que poderiam ser considerados de nicho ou de luxo — o mercado de produtos DOP e IGP responde muito positivamente e continua crescendo.

Realmente, tudo que é centrado no acoplamento territorialidade-produções enogastronômicas locais, na Itália, parece ser destinado ao sucesso. Isso é especialmente verossímil e palpável no caso do turismo: a combinação da paisagem italiana com a fama da gastronomia nacional é absolutamente vitoriosa.

O conjunto veicula uma ideia geral de genuinidade e de tradições caseiras que parece ser muito atraente. A isso se deve, por exemplo, a proliferação de empresas agroturísticas e do fenômeno dos roteiros turísticos enogastronômicos de base regional (as assim chamadas “estradas do vinho”, “estradas dos azeites” e similares). Em sintonia com as modas atuais, do

extremo norte às pontas do sul da península, experiências como estas brotam, graças à participação e coordenação dos órgãos regionais e locais de promoção turística e de categoria (conferências de produtores, artesãos, donos de restaurantes etc.).

Os setores avançados do agroalimentar, especialmente o da produção e transformação de alimentos de alta qualidade, diversificados, típicos, naturais e artesanais é, objetivamente, um setor de ponta da economia italiana, o único que, como vimos, por uma série complexa de motivos e tendências, passa incólume pela crise e sai ganhando.

Sabem disso os pequenos produtores e transformadores agrícolas que, para enfrentar as importações de gêneros alimentícios comprados fora do país e vendidos no mercado interno por preços muito baixos (é o caso das leguminosas, das frutas, dos queijos industrializados), hoje em dia escolhem estratégias de diversificação do produto (variedade, regionalidade, tradicionalidade etc.), de qualificação da produção (ambiental e eticamente sustentável), assim como a venda direta ao consumidor, para que o valor agregado não se perca em intermediações comerciais e seja corretamente comunicado ao consumidor consciente, disposto a pagar mais por um produto garantido.

3.6 DEMANDA E OFERTA, INFRAESTRUTURAS FÍSICAS, ESTRUTURAS MENTAIS: O NAUFRÁGIO PELA MENTALIDADE

Para que um projeto de valorização das produções locais obtenha sucesso, é necessária a presença das que podemos chamar de “estruturas”: um bom mercado para o escoamento dos produtos ou, alternativamente, sistemas institucionais de apoio (é o caso dos PAA e PNAE implementados pelo governo brasileiro, cf. supra).

Além disso, podemos afirmar, são necessários canais e, ao mesmo tempo, fatores infraestruturais de vários tipos, materiais e imateriais, que permitam o acesso tanto aos mercados como aos canais e aos programas públicos. É o caso das estradas, do sistema de transporte, dos estabelecimentos industriais etc. Mas, também, dos sistemas de educação e capacitação, de informação e apoio empresarial, de acesso ao crédito, entre outros.

Todos esses elementos estruturais constituem *actants*, atores não humanos que favorecem ou dificultam os processos de desenvolvimento dos projetos.

Porém, é preciso que ocorra um encontro.

É preciso que a demanda que vem da base encontre uma oferta adequada, para que a sinergia aconteça.

Ora, já identificamos a oferta como a disponibilidade de políticas públicas favoráveis ou, alternativamente, de mercados sólidos e de uma classe consumidora que absorvam as produções. A demanda, por outro lado, pode ser representada pela existência de pessoas, agricultores e produtores, que colocam no sistema seus produtos e cuja existência, ou vida, depende desta forma econômica de produção e venda.

A demanda que eles encarnam é uma demanda por condições que permitam a produção e reprodução de seu sistema de vida. Nesse caso, o fator chamado “demanda” é um elemento complexo, que se compõe de várias estratificações: na base, temos a componente humana, as pessoas; elas têm que dispor de recursos, ou melhor, dispor de uma matéria-prima (terra, plantas, animais, água etc.) e, ao mesmo tempo, da capacidade de ver, nessa matéria-prima, possíveis recursos. Depois, vem toda a parte dos saberes necessários a transformar a matéria-prima em valor, e a parte organizativa, isto é, a atitude de formar cadeias produtivas com os vizinhos, aproveitar os recursos localmente disponíveis, articular-se em sentido empresarial.

Se observarmos bem, além dos elementos políticos e normativo-legais que formam uma das duas estruturas mencionadas ligadas à oferta (os programas públicos), para a outra (a presença de um mercado para o escoamento dos produtos) também são indispensáveis fatores imateriais e simbólicos: ter um mercado adequado significa ter uma classe consumidora adequada, portanto, significa ter uma cultura (hábitos, gostos, preferências de consumo) adequada. Assim como o encontro entre demanda e oferta é possibilitado pela presença de estruturas e infraestruturas materiais e imateriais, analogamente, cada um dos elementos que compõem a dupla é, por sua vez, constituído pela sedimentação de agregados físicos e imateriais.

Portanto, no que diz respeito ao Brasil e à Itália, podemos fixar os pontos das diferenças mais simples e importantes entre os *actants* descritos até aqui:

1) *O peso da tradição e da ênfase na cultura enogastronômica como patrimônio e identidade que caracteriza o contexto italiano.*

2) *As diferenças entre sistemas de produção agrícola e da indústria alimentar, em termos históricos, de tamanho, peso econômico e características.*

A Itália tem uma indústria alimentar bem desenvolvida, diferenciada, especializada, formada por muitas empresas pequenas, com um grande mercado interno e externo para seus produtos processados e dotados de alta concentração de valor agregado.

O Brasil tem um sistema produtivo primário poderoso, caracterizado pela alta concentração de terra e renda e voltado para a grande exportação de *commodities*.

As indústrias alimentar e de distribuição brasileiras, se comparadas com as italianas, ainda são pouco diversificadas e geralmente concentradas na mão de poucos grupos, a maioria dos quais são firmas transnacionais. Produtos artesanais, semiartesanais e diversificados não encontram uma saída fácil no mercado formal, especialmente urbano. Estão ainda pouco valorizados. O peso econômico da agricultura familiar, fundamental em ambos os países, no Brasil atual, tem uma visibilidade política maior e muito mais peculiar; na Itália evoluiu para formas de microempresas multifuncionais, com produção, transformação e venda.

3) *O peso da conjuntura de governo e peso de programas e políticas públicas.*

Na Itália são moderadamente importantes. No Brasil são absolutamente centrais e decisivas, pretendem inovar e estão criando as condições de base que, de certa forma, a Itália teve a oportunidade de estruturar em épocas precedentes.

4) *Conjunturas históricas e econômicas diferentes, que se refletem nas tendências e na cultura de consumo.*

Na Itália, a crise, a necessidade de austeridade, os cortes nas despesas públicas e os repensamentos “decrescimentistas” favorecem o retorno a modelos “antigos” e de escala menor, a formas de autofinanciamento, o uso compartilhado de bens e serviços, as redes de *fundraising* e mutirão para projetos locais, assim como o resgate dos produtos naturais e caseiros. Esse processo é acompanhado, por um lado, por uma espécie de moda decadente que, em nossa opinião, celebra a gastronomia como forma de evasão e diversão; por outro lado, estimula modalidades colaborativas autogeridas que supram as carências orçamentárias do Estado.

O clima otimista de crescimento vivido pelo Brasil implica a expansão do consumo, libera o acesso a bens e patamares de consumo longamente desejados. O acesso liberado — quase eufórico, em sua fase inicial — parece ser indiferenciado, no sentido de despreocupado com questões ulteriores de tipo ético, ambiental etc. E isso, no específico desse aspecto, parece acontecer sem grandes distinções de classe. A diferença de atitude entre classes distintas em

relação ao consumo talvez se revele, logo em seguida, em termos de tempo de difusão e de proporção de conscientização: as preocupações de tipo ambiental, de saúde ou relativas à qualidade dos produtos alimentares se difundem primeiramente, em proporções maiores e mais rapidamente entre as classes altas e instruídas, devido ao melhor acesso à informação e ao poder de adquirir bens menos generalizados, portanto mais caros. Nesse sentido, este último aspecto abre para outra consideração fundamental, que contrasta com a anterior: a fase de desenvolvimento hoje encarnada pelo Brasil significa melhor acesso à renda por mais pessoas. Este processo, idealmente, é acompanhado por melhor acesso à instrução e inserção em novos padrões culturais, para mais pessoas.

Portanto, paralelamente à expansão generalizada do consumo, se dá também a oportunidade de proporcionar momentos e instrumentos para a orientação, educação, conscientização das novas classes consumidoras. Ou seja, se trata de uma ocasião propícia ao ator público para prover a formação do cidadão e consumidor civicamente e ambientalmente consciente. Se isso está acontecendo no Brasil, só os anos futuros poderão dizê-lo.

Outros *actants* e entidades mais específicas, além dos mencionados neste capítulo, aparecerão ao longo das reconstruções da experiência de cada projeto Fortaleza. Sindicatos rurais, prefeitos, administrações regionais e provinciais, redes e cooperativas agrícolas, agregações políticas e religiosas, leis e financiamentos públicos entrarão nas histórias, ajudando ou obstaculizando a evolução dos projetos. À medida que forem aparecendo, consideraremos a função de cada um, lembrando uma questão essencial para interpretar seus papéis: dentro do contexto de formação de redes e de dinâmicas estimuladas por iniciativas de desenvolvimento local, todos eles se traduzem em formas materiais (infraestruturação) e institucionais, que afetam diretamente o êxito dessas iniciativas.

Contudo, a experiência diz que a avaliação da influência desses fatores, mesmo a mais detalhada e complexa possível, se revela insuficiente para a previsão das decorrências efetivas. Existe outro *actant*, ou macro-ator, que se debruça. Um fator “incômodo”, amiúde esquecido na hora da projeção, porém tão importante que chega a determinar o ponto de chegada de qualquer projeto envolvendo atores humanos, é com certeza o menos compreendido de todos. É o mais difícil de se prever e controlar. Ele aparece, em muitos discursos, com o nome de “mentalidade”.

Com efeito, durante as entrevistas aos responsáveis italianos dos projetos Fortalezas e aos técnicos-consultores que coordenaram a abertura dos projetos no Brasil, a propósito do

êxito dos projetos Fortalezas em contextos diferentes do italiano, no fundo de cada discurso, identificamos a imputação contra este culpado comum, chamado de mentalidade. Tal imputação deriva da incompreensão profunda da diferença entre o próprio sistema de pensamento e a forma de pensar de atores pertencentes a contextos “alheios”.

Vários relatos o confirmam. Por exemplo, Piero Sardo, Presidente da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, conta o caso de uma Fortaleza do Senegal:

Existe essa Fortaleza Slow Food no Senegal, das mulheres do delta do Saloum. Aí tinha uma tradição de pesca extraordinária. Pescavam esses moluscos enormes que vendiam para os japoneses. Hoje, depois de tanto pescar, chegamos ao ponto que não tem mais moluscos. Fomos visitar e observamos que o único recurso abundante e disponível são as frutas silvestres. Tem uma disponibilidade enorme de frutas silvestres: tamarindo, hibisco, gengibre... Tem muito de verdade. Por isso, propomos: eles poderiam fazer sucos naturais, para vender localmente. Lá tem muito turismo, é uma região maravilhosa, com um parque natural. Nossa ideia era juntar as mulheres em volta desse outro recurso, já que o da pesca tinha acabado, para elas trabalharem juntas, na empresa delas, fazendo e vendendo sucos naturais. Estamos trabalhando nisso há anos. Conseguir que façam esses sucos é uma tarefa árdua. Já compramos as pirogas, porque antes o problema era ir coletar as frutas e transportá-la. Já demos cursos. Já montamos a cozinha... Mas elas continuam fazendo os sucos cada uma em sua casa, na panelinha de casa, sem condições higiênicas. E engarrafam o suco e fecham com uma tampa de nylon amarrada com um elástico. E nós já cansamos de falar que, desse jeito, nunca conseguirão vender esses sucos. Que o suco feito em casa daquele jeito, o turista não quer comprá-lo. O problema é a mentalidade. Mentalidade, que tem dificuldade para entender aquele raciocínio, aquela atividade coletiva, aquele projeto coletivo... Eles não conseguem compreender. E você escuta pessoas dizendo: “Lá tem comunidades muito fortes, lá o sentido da comunidade é forte”. Não é verdade! Não é verdade. A comunidade é muito forte na hora de dançar, de cantar. Mas quando é para trabalhar juntos, então não se aguentam entre eles. É terrível.

E continua, apresentando como exemplo ulterior da força da mentalidade a história do café de Huehuetenango (Guatemala), uma das primeiras Fortalezas internacionais:

Um café extraordinário, de alta montanha, ao qual ninguém dava a mínima atenção. Criamos a Fortaleza. Começou a ser procurado aqui na Europa. Agora o café se tornou uma sensação, um fenômeno. Quando a gente chegou lá, não era nada. Os produtores da Fortaleza Slow Food ganham uma soma que é quase o dobro do que o mercado internacional paga. Bom, eles bebem tudo o que ganham. As esposas estão desesperadas. Elas pedem para que isso pare, pedem para

fechar a Fortaleza, para que a gente pare de comprar para exportar. Porque os maridos, uma vez colocado o dinheiro das vendas no bolso, saem para encher a cara. Bom, esse é o problema.

A mentalidade, em última instância, parece ser o grande nó.

Mas, o que as pessoas entendem, nas entrevistas e mais em geral, quando falam de “mentalidade”?

Adaptando o conceito chave postulado por Hassan Zaoual, podemos afirmar que a mentalidade é a resultante do *vínculo cognitivo* entre um ator e seu entorno: é o imaginário social moldado pelas contingências e pela trajetória comum de um conjunto de pessoas (2006). Esse imaginário coletivo contém a “caixa preta” que torna qualquer meio da existência humana um espaço cognitivo de pertencimento, ou “sítio” (ZAOUAL, 2006).

Tudo isso corresponde, segundo nossa interpretação, à cultura: o conjunto dinâmico de saberes e fazeres, fruto de uma sedimentação histórica comum, que um determinado grupo humano compartilha e transmite, dentro do qual seus indivíduos acham e criam os códigos para interpretar o mundo, comunicar o mundo e serem, por sua vez, interpretados pelos demais membros da sociedade.

Hassan Zaoual, ainda, nos empresta uma reflexão perspicua para explicar nossa interpretação da relação existente entre mentalidade, racionalidade econômica e projeção para o desenvolvimento.

O cientismo economicista tradicional, concentrado no princípio de concorrência, de maximização do lucro e nos mecanismos clássicos de mercado reduz o ser humano e a complexidade dos sentimentos que o movem a puro *homo economicus*. Este, se realmente existisse, seria um “retardado social”, afirma Sen (1991).

O dinamismo de uma sociedade e de uma economia, o comportamento econômico dos seres humanos reunidos em sociedades, como ensina a antropologia econômica substantivista, pressupõem a existência de princípios de troca múltiplos, baseados em padrões relacionais e hierarquias de valores superiores e alternativos aos teorizados pela economia clássica e pelo pensamento de matriz ocidental.

Os agentes econômicos são inseparáveis do contexto de ação. E o contexto de ação, devido a sua profundidade institucional, cultural e histórica, é parte integrante dos fatos econômicos.

Com efeito, a experiência intelectual da economia do desenvolvimento ensina que o reducionismo econômico do pensamento global dos fenômenos econômicos apresenta sérias lacunas. Isso se verifica no percurso dos países do Sul, devido aos fracassos da prática do

transplante dos modelos econômicos. As entidades sociais (culturas locais, convenções, regras etc.) que a análise econômica padrão não leva em consideração em seu raciocínio contrariam significativamente as previsões das teorias e dos modelos que têm inspirado as práticas do desenvolvimento econômico nos países pobres (ZAOUAL, 2006, p. 85).

Desta maneira, o caráter exclusivo e universal do modelo padrão acaba sendo um obstáculo epistemológico e a causa de naufrágios reais de projetos de desenvolvimento.

Numerosos modelos e projetos econômicos viajaram de Norte para Sul e, agora, de Oeste para Leste, [...] mas sem êxito. Essa cirurgia de sociedade é geralmente feita sem levar em consideração a relatividade dos contextos humanos [...]. Com o recuo de quarenta anos de experiências de desenvolvimento nos países do Sul, deve-se admitir, hoje, que os modelos de economia de gestão não veiculam o sentido de que precisariam para assegurar os efeitos de performance econômica esperados (ZAOUAL, 2006, p.27).

Não se exportam ações de desenvolvimento, porque não se exporta seu sentido.

As tentativas de implantação de modelos que, em outros lugares, deram certo, muitas vezes, são frustradas. Todo o fundo de crenças, significados, conceitos, lógicas, valores — até cosmologias, diríamos — que devem sustentá-las é completamente diferente, às vezes oposto, daquele com que os assim chamados “agentes de desenvolvimento”, do outro lado, estão acostumados a pensar. É exatamente dessa distância cognitiva que surge o assombro dos atores que, como Piero Sardo, não conseguem explicar uma conduta considerada insensata e irracional pelos primeiros, da parte de quem não escolhe caminhos que, aos olhos dos outros, parecem ser claramente mais convenientes.

O todo de cada contexto social, afirma Zaoual, se estrutura em torno de um tipo de ética do lugar (2006). O inevitável imbricamento entre crenças, normas, precedentes históricos e políticos, instituições, ideias sobre o tempo, o ser, o destino e a conduta (inclusive a conduta econômica) dá vida a uma forma de pensar. Conjunturas diferentes dão vidas a formas de pensar diferentes. Mentalidades. Por isso as chaves conceituais de nosso próprio pensamento podem se revelar falazes, na hora de serem aplicadas a circunstâncias “outras”. E, *a fortiori*, se revela inadequado e falaz o reducionismo da ciência econômica.

A mentalidade, é o fator fatal e último, que parece destinar ao sucesso ou ao fracasso, para o qual muitos carecem de uma explicação e contra o qual os agentes de projetos de desenvolvimento não sabem como se precaver: não se trata de irracionalidade alheia ou de formas ilógicas de pensar, mas sim de outras racionalidades, de outras lógicas, baseadas em sistemas de prioridades diferentes, mergulhadas em contextos relacionais diversos dos nossos.

No caso do comportamento econômico, por exemplo, é na cultura que reside todo conceito e toda atitude que as pessoas, como membros de uma sociedade, assimilam e reproduzem em relação à acumulação, ao diferimento da satisfação, ao investimento, ao risco, ao ganho imediato, à cooperação etc. Visões do mundo e do ser diferentes dão valores diferentes a esses aspectos, de acordo com atribuições de significados diferentes. A partir das crenças, constroem-se convenções, regras, rotinas, normas implícitas que moldam, *in situ*, os comportamentos econômicos.

A mentalidade, diríamos de acordo com Boisier (1999), é formada pela junção do capital cultural e do capital psicossocial. Estes residem em lugares precisos: o coração e a cabeça das pessoas. Eles têm a ver com sentimentos, emoções, lembranças e vontades:

[...] muitos podem, como eu, oferecer exemplos empíricos de sua existência e importância. Estou me referindo a questões como *a autoconfiança coletiva, a fé no futuro, a convicção de que o futuro é socialmente construível, por vezes, a memória de um passado melhor, a inveja territorial* (apesar de que o excesso desta última dificulta o trabalho coletivo), *a capacidade de superar o individualismo* e, acima de tudo, o desejo de se desenvolver (BOISIER, 1999, pp. 46-47, itálico do autor, tradução nossa).

O que acontece com as pessoas quando agem, quando dão resposta às exigências ditadas pelo ambiente e pelos outros seres humanos? Por que se comportam de determinadas formas e não de outras? Tratando de responder a estas perguntas do ponto de vista da psicologia social e comunitária, Maritza Montero (1994, 2003) examina seis conceitos que ajudam a entender a relação entre pensamento e ação: atitude, crença, opinião, valor, estereótipo e representação social, para terminar concluindo que o saber e o sentir motivam, planejam, raciocinam, impulsionam, precipitam, atrasam ou evitam a ação (BOISIER, 1999).

A cultura, como sugerido por Boisier (1999), é um dos seis elementos diretamente vinculados ao surgimento de territórios organizados e de processos de desenvolvimento:

[...] a cultura deve ser entendida num sentido mais específico, como cultura de *desenvolvimento*, isto é, como o conjunto de atitudes em relação ao trabalho, ao lazer, à economia, ao risco, à cooperação, à competição etc. A partir deste ponto de vista, duas posições polares podem ser identificadas: culturas dominadas pela dupla concorrência/individualismo (que produz crescimento sem axiologia a do desenvolvimento) e culturas dominadas pelo par solidariedade/cooperação (produzindo desenvolvimento a um baixo nível de realização material; BOISIER, 1999, p. 45, itálico do autor, tradução nossa).

Os fatores estruturais ligados a leis e políticas, entre outros, se traduzem em formas materiais (infraestruturação) e institucionais, as quais afetam diretamente o êxito das iniciativas e propostas de desenvolvimento local: isto é o que escrevemos poucas linhas acima a propósito de um dos pontos essenciais para interpretar o papel dos *actants*. O outro ponto é que estes fatores são, ao mesmo tempo, fruto de processos oriundos de um substrato histórico e cultural imaterial.

Se fossem os comportamentos individuais e coletivos que estabelecessem as regularidades econômicas observáveis em um dado meio, logicamente seria pertinente tomar em consideração o conjunto dos dados dos contextos sociais, inclusive os parâmetros que são extraordinários para nosso pensamento econômico ordinário. Isto é condição necessária para alcançar a descoberta científica. Esta não progride quando nos limitamos a projetar, de modo recorrente, nossas crenças científicas. Como os comportamentos econômicos não se desdobram no vácuo socioético, as crenças científicas de qualquer paradigma precisam se coadunar com as crenças e as práticas locais dos agentes econômicos (ZAOUAL, 2006, p. 87).

Para evitar posturas analíticas deterministas, em sentido tanto institucionalista como culturalista, a importância dos elementos institucionais e das políticas públicas haverá de ser contrabalançada pela investigação sobre o peso das imbricações culturais. Elas contêm os elementos, isto é, as estruturas e infraestruturas mentais que permitem atitudes favoráveis ou adversas à ativação daqueles capitais e redes para o desenvolvimento e para que o ambiente seja “inovador”.

4 VIAGEM ENTRE AS FORTALEZAS. HISTÓRIAS E RETRATOS DO DIÁRIO DE CAMPO

4.1 A ESCOLHA DOS ESTUDOS DE CASO E A QUESTÃO GEOGRÁFICA

Como antecipado, os estudos de casos foram escolhidos com base no critério geográfico, entre os projetos ativados nas regiões do norte, centro e sul da Itália e do Brasil. Além dos projetos ainda operantes, entre eles estão duas ex-Fortalezas, ou seja, dois projetos encerrados. Um caso italiano (o do Pecorino di Farindola), outro brasileiro (o do Aratu) foram incluídos na pesquisa precisamente com o objetivo de indagar os processos que levaram à destituição das Fortalezas e, eventualmente, ao insucesso dos respectivos processos de valorização e desenvolvimento local.

No caso do Brasil, as demais Fortalezas foram uma escolha quase obrigatória: a do Baru é a única Fortaleza da região central e a do Pinhão a única da região Sul. No que diz respeito à do Umbu e à do Licuri (estudo de caso não apresentado na presente tese), o Nordeste foi escolhido por razões de facilidade logística para a realização das visitas de campo e porque representa, idealmente, o contexto equivalente ao sul da Itália – ou, pelo menos, os dois, no imaginário coletivo, são dotados de características e problemas afins. Além disso, o Umbu foi o primeiro a ser escolhido, entre todos os casos, devido à fama enorme de seu sucesso e porque, passeando entre as gôndolas dos supermercados de Brasília, nos deparamos muitas vezes com os produtos da cooperativa da Fortaleza, bem antes de organizar o projeto de pesquisa.

A escolha dos estudos de caso italianos foi um processo mais difícil, por causa da quantidade de projetos Fortalezas operantes em todo o território nacional (231 projetos, em 2014). Inicialmente, tentamos escolher Fortalezas relativas a produtos básicos, não processados ou não muito processados (hortaliças, frutas, cereais, leguminosas etc.), de origem vegetal e que não constituíssem produtos de nicho, já célebres e com preços de mercado altos. Isso para limitar a distância, já por si grande, entre contextos e fortalezas italianos e brasileiros. Entretanto, em alguns casos, foi mais interessante incluir produtos que não respeitam plenamente esses parâmetros. Dentro dos grupos relativos ao Norte, ao Centro e ao Sul, foram selecionadas as Fortalezas cuja história, em parte, já conhecíamos (*Pecorino di Farindola* e *Lenticchia di Santo Stefano*). Arelada a essas está a Fortaleza do *Canestrato di*

Casteldelmonte. Consideramos esses três casos idôneos, porque (i) incluem a participação central de uma entidade pública (um Parque Nacional), (ii) porque uma das três Fortalezas – descobrimos durante o levantamento – foi encerrada, e (iii) porque as três são produções de montanha. Nesse sentido, conforme confirmado pela responsável do Slow Food pelas Fortalezas italianas, Francesca Baldereschi, durante uma entrevista na qual pedíamos orientações para encontrar casos de estudos interessantes, o panorama italiano apresenta uma variável a mais. Além da diferença norte-sul, existe um componente diferencial muito marcante a ser levado em conta, ligado à localização em regiões de montanha ou de planície (algumas afinidades com isso, mais tarde, foram percebidas também no caso de estudo da serra brasileira). Entre as regiões de montanha, ainda, a situação muda muito entre as montanhas dos Apeninos do Sul e os vales dos Alpes da porção nordeste. Isto é, os processos e as dinâmicas culturais próprios dos contextos das Fortalezas das regiões de montanha e das regiões de planície são bem distintos. E, entre montanhese de diferentes regiões da península também há dessemelhanças notáveis.

O caso do conjunto das três Fortalezas da região de Nápoles foi escolhido por sugestão de Francesca Baldereschi, que nos convidou a considerá-lo devido a um quadro, de fato, interessante (presença de uma produção com Denominação de Origem Protegida de fama mundial abandonada em prol da Fortaleza, situação social atormentada por emergências de vários tipos, realização de um programa de resgate do germoplasma de variedades antigas de hortaliças etc.). No que diz respeito às Fortalezas do Norte da Itália, a escolha ocorreu da seguinte forma: primeiro, foram escolhidas as regiões do Norte famosas pela eficiência, o cooperativismo e o civismo de suas populações e de suas instituições (Toscana, *in primis*, Emília-Romanha, Friul-Veneza Júlia e Trentino-Alto Ádige). Entre as Fortalezas dessas regiões, foram escolhidos os produtos mais próximos aos parâmetros acima mencionados e/ou os projetos realizados com o apoio de instituições ou entidades locais. O *pan di sorc* do Friul-Veneza Júlia, apesar de ser um produto transformado, foi escolhido pela originalidade da sua história, que envolve um ator igualmente original (um ecomuseu), e porque é produzido numa área nacionalmente famosa pelo terremoto de 1976 e pela capacidade de organização e autogestão da população local, considerada exemplar. O *fagiolo rosso* toscano entrou por vários motivos: é uma leguminosa (isso, de certa forma, aproxima este caso ao Brasil, devido aos produtos principais da dieta brasileira); é produzido na região Toscana (cf. supra); a Fortaleza conta com a participação de uma cooperativa agrícola local; os atores envolvidos no projeto se tornaram centro propulsor de inúmeras iniciativas e redes.

Conhecimentos prévios, impressões pertencentes aos imaginários comuns nacionais, elementos descobertos na fase do levantamento inicial, sugestões vindas de informantes privilegiados, indícios de pistas interessantes ou de criticidades, curiosidade: tudo isso, com efeito, contribuiu para a seleção dos nove estudos de caso finais e das oito Fortalezas aqui apresentadas.

Na base da escolha está, primeiramente, o critério de representatividade geográfica. Portanto, na base da escolha está a expectativa de que o critério geográfico signifique consequências expressivas do ponto de vista do andamento e dos resultados dos projetos e de nossa pesquisa. O embasamento desta consideração, por sua vez, é a reflexão já proposta por Robert Putnam (1993). A partir da análise realizada por sua equipe a propósito da relação existente entre capital social, performance das administrações locais e participação na vida política por parte das populações das diferentes regiões italianas, Putnam destaca o melhor desempenho das regiões do Norte e do Centro-norte e os problemas de ineficiência e não participação das regiões do Sul. Ao conectar performances diferentes com diferentes níveis de disponibilidade de capital social, tradição cívica e participação política, o autor anexa uma explicação de base histórica e cultural. Apesar das críticas pelo determinismo culturalista do qual o autor é tradicionalmente acusado, reputamos o sentido da reflexão interessante, válido para o implante geral de nossa pesquisa.

A previsão inicial, contida em nossa tese inicial, era que, em determinados contextos geográficos, registraríamos níveis de desempenho dos projetos, carências e práticas virtuosas em sintonia com a distribuição espacial à qual Putnam chegara. Portanto, tínhamos como preliminar a expectativa de detectar casos de desempenho excelente, disponibilidade de capital social elevada, de cooperativismo e propensão à gestão coletiva muito elevados nos projetos realizados no Norte da Itália, enquanto as regiões do Sul italiano seriam caracterizadas por um quadro oposto. Especularmente, devido às vicissitudes históricas, políticas e geográficas locais, no Brasil, o Norte (no caso específico o Nordeste) apresentaria criticidades análogas ao Sul da Itália, enquanto o maior civismo e a melhor organização registrados no Sul brasileiro corresponderiam à eficiência do Norte italiano.

A questão na base disso não é apenas o resultado do trabalho de Putnam, nem se trata de pressuposições cultural ou geograficamente determinísticas. Mas sim, vem da necessidade de assumir que elementos geográficos, isto é, da história ambiental, política e econômica do local significam sua história social e, assim sendo, a história da socialidade do povo e das instituições de uma determinada região. Com isso, não pretendemos fixar a antiguidade das

raízes de comportamentos atuais, mas apenas levar em conta a influência de “passados recentes” sobre a memória e a consolidação de formas de “se fazer” e de “se pensar”, assim como na estrutura e no porte das instituições hodiernas. Como teremos oportunidade de reforçar, a cautela a se manter é não ir à procura de raízes antigas, como se essas – e apenas essas – determinassem de forma inexorável as experiências presentes, condenando ao sucesso ou ao insucesso. Não se trata de uma predeterminação.

A partir disso, cabe citar dois pontos de reflexão. O primeiro deles diz respeito ao valor desta pesquisa enquanto estudo comparativo. À medida que foi sendo realizado o estudo de campo e observadas suas evidências, emergiu o quão mais valiosa e, de fato, apropriada seria uma comparação transnacional, entre estudos de casos pertencentes a ambos contextos, para além da comparação com base na distinção entre nações (do tipo Itália-Brasil) planejada inicialmente. Sem perder a distinção e a importância devidas às discriminantes de caráter nacional, na densidade do material de campo, existe uma riqueza de elementos e dinâmicas transversais, observados lá e aqui. A razão de eles constituírem objetos de análise legítimos e interessantes está, justamente, nessa transversalidade.

E segundo ponto de reflexão, desenvolvido ao longo das próximas páginas, tem a ver com a confirmação geral da tese inicial e, ao mesmo tempo, com o valor daqueles casos e fatores que a contradizem, mesmo convivendo com ela.

O Instituto Nacional di Estatística italiano (ISTAT), há poucos anos, divulga um ranking das regiões italianas com base nos níveis de capital social. Os indicadores quantitativos utilizados para elaborá-lo medem as taxas relativas de: pessoas envolvidas em empresas e instituições sem fins lucrativos que desenvolvem atividades de conteúdo social; peso das sociedades e empresas cooperativas; trabalhadores que participam de sociedades cooperativas; capacidade de desenvolvimento dos serviços sociais; pessoas de mais de 14 anos de idade que desenvolveram trabalho voluntário durante o último ano.

Os dados e as classificações relativos ao período 1995-2012, em princípio, confirmam os resultados descritos por Putnam. Isto é, as regiões do Norte e do centro Norte da Itália ocupam as posições superiores na grande maioria dos indicadores e no ranking sintético, enquanto o Sul apresenta índices menores.

Além disso, existem inúmeros estudos qualitativos, quantitativos e elaborações estatísticas que combinam, de formas diferentes, índices altos de *networking*, capacidade inovadora regional (*social capability*, *knowledge spillover* etc.) e presença de atitudes culturais

(nem sempre bem definidas) com taxas altas de capital social, de desenvolvimento e valores crescentes de PIB regional (RIZZI, 2003; ABRAMOVITZ, 1995; STIGLITZ, 1995; HO KOO e PERKINS, 1995; BECATTINI, 2000a, 2000b; BECATTINI et al., 2001; CAMAGNI, 1991; CAMAGNI e CAPELLO, 2002; BAGNASCO et al., 2001; SESSA, 1998; ZAMAGNI, 1997, entre outros). A diferença entre eles está, substancialmente, na ênfase colocada, primariamente, nos aspectos de matriz sociocultural ou, pelo contrário, na prioridade atribuída às estruturas materiais e institucionais.

De modo geral, não está errado afirmar que os estudos de caso apresentados neste trabalho também oferecem elementos que respondem às análises citadas, não pelo que concerne aos dados estatísticos e quantitativos – que não constituem nosso objetivo –, mas no que diz respeito a fatores qualitativos (reconstrução histórica, interpretação de elementos e dinâmicas socioculturais por trás dos pontos de força e das deficiências dos ciclos de tradução, dos processos de criação e uso das redes, de reconhecimento, mobilização e incremento dos capitais territoriais etc.).

A “questão geográfica”, por assim dizer, tanto na Itália como no Brasil, fornece inputs interpretativos muito importantes, em relação ao peso da história social e às “peças” iniciais (os macro-atores) dos casos enfocados.

Apesar de tudo isso, ao final, optamos por não considerá-la como tese inicial confirmada, mas sim como linha guia para a análise, devido aos seguintes motivos:

a) apesar de ter sido confirmada, no caso da Itália, o número de estudos de casos considerados não é numericamente expressivo nem representativo de tendências regionais de andamento dos projetos Fortaleza (as Fortalezas italianas são 231);

b) à luz da pesquisa de campo, constatamos que, tanto para o contexto italiano quanto para o brasileiro, além de uma distinção norte/sul, subentra um fator de natureza geográfica ulterior importante: a condição de vida nas regiões de montanha; é possível observar as influências do isolamento e das atitudes culturais que a caracterizam na peculiaridade dos modos relacionais inter e intrassociais, na modalidade de acesso e abertura a informações, formação, inovação, canais de mercado etc. — portanto no uso dos capitais locais;

c) no caso das Fortalezas brasileiras, o número de projetos ativados e ativos em cada região (um ou, no máximo, dois projetos) não consente formular generalizações em torno de tendências regionais, nem examinar as performances recorrendo a explicações em chave prevalentemente geográfica;

d) tanto no Brasil como na Itália, nos deparamos com casos – por exemplo, o do Umu – e com a presença de elementos em contraste evidente com qualquer esquematização e previsão fundadas na distinção geográfica.

Especialmente esse último é um dos pontos mais interessantes que emergiram: reduzir a variedade, as dissonâncias observadas durante o trabalho de campo a uma leitura dicotômica equivaleria a perder grande parte dos estímulos para reflexões profícuas, que permitiriam dar um passo além de constatações esperadas.

Ao invés disso, adotamos dez chaves temáticas de leitura, aplicáveis a todos os estudos de caso, deduzidas da consideração sinótica das entrevistas e da reflexão complexiva sobre o material de campo. Os títulos imaginados para essas chaves interpretativas são: (1) natureza da proposta; (2) sistemas fechados/sistemas abertos; (3) líderes, carismáticos e poderosos; (4) trabalho voluntário; (5) saber reconhecer o recurso, saber patrimonializar; (6) receber e procurar; (7) o dispositivo público; (8) saber formar redes; (9) identificação e (10) agentividade histórica.

Elas representam trilhas analíticas fortes, que interligam, de forma sintética, algumas dinâmicas e processos detectados em todos os estudos de caso. Ao mesmo tempo, cada uma e o conjunto delas constituem o guia para a leitura das entrevistas e da história dos projetos apresentados neste capítulo. E, ainda, elas mesmas representam os capítulos que, idealmente, comporiam o núcleo interpretativo desta tese.

4.1.1 Indicadores qualitativos de base e considerações sobre os resultados gerais

Para examinar o desempenho e o legado dos projetos escolhidos, elaboramos uma série de indicadores, reconstruídos e aprofundados por meio do confronto entre dados vindos das fontes indiretas e diretas e da observação participante em campo. Os critérios que a compõem são:

- Continuidade do projeto
- Autonomia e “autonomização”
- Origem e peso do trabalho voluntário
- Capacidade de envolvimento de novos atores
- Grau de horizontalidade e descentralização das redes
- Salvaguarda dos recursos ambientais, naturais e paisagísticos
- Geração de renda
- Geração de benefícios sociais não monetários (produção de bens imateriais e serviços para a coletividade, inclusão dos gêneros, de jovens, idosos e categorias sensíveis)
- Repartição dos benefícios/renda gerados
- Estímulo à formação de organizações sociais (cooperativas, associações, consórcios, etc.) em âmbito profissional e/ou civil
- Geração de oportunidades de formação
- Geração de emprego
- *Networking*, isto é, criação e utilização de redes territoriais (troca de informações, competências, pessoas etc.)
- Capacidade de interpretar elementos já existentes como sendo recursos e redes
- Capacidade de aproveitar recursos e redes existentes
- Organização de eventos (culturais, de promoção do território, turísticos, feiras, festivais etc.)
- Consolidação da identidade e da cooperação locais (em volta da promoção do território e de seus recursos)
- Preservação e/ou valorização de bens culturais e do patrimônio histórico (em suas expressões materiais e imateriais).

Como guia à leitura dos estudos de caso, apresentados nas próximas páginas, antecipamos resultados de caráter geral:

a) Os projetos que podem ser definidos com bem sucedidos (projetos que continuam, se ampliam e proporcionam satisfação do ponto de vista econômico, dos benefícios sociais etc.) e que, portanto, podem ser considerados sustentáveis sob diferentes pontos de vista, apresentam em seu histórico presença ou, dependendo do indicador, níveis elevados dos elementos acima listados.

b) De forma geral, ao andamento dos projetos com melhor desempenho global corresponde uma série de respostas positivas, em seu conjunto. Isto é, os indicadores costumam estar presentes de forma conjunta e evoluir positivamente todos ao mesmo tempo (propagação em cadeia de efeitos positivos entrelaçados).

c) Existe uma diferença entre o que chamaremos de “ambiente inovador” e de “microambiente inovador”, e entre estes e o ambiente cooperativo. Em alguns casos, foram constatados níveis positivos pelo que concerne à inovação empresarial e à geração de renda ligadas à valorização dos produtos e para empresas singulares (microambiente inovador), sem que isso corresponda a um alto grau de repartição e socialização dos processos e dos benefícios. A diferença substancial se delinea entre “empresa emergente” e “benefícios difusos” (ou, rede envolvente).

d) Se considerarmos os benefícios econômicos (geração de renda, crescimento das empresas, ingresso de novos empreendedores, cadeias de criação e agregação do valor dos produtos, ampliação do mercado etc.) e os benefícios imateriais/não monetários (serviços sociais, agregação comunitária, preservação ambiental e do patrimônio histórico-cultural etc.), com base na observação e conforme antecipado ao ponto precedente, podemos classificar os projetos estudados segundo 4 tipologias:

1. projetos com benefícios econômicos e não econômicos difusos – Fortaleza do Umbu (Brasil), Fortaleza do Fagiolo Rosso (Itália);

2. projetos com prevalência dos benefícios imateriais/não monetários sobre os benefícios econômicos – Fortaleza do Pan di Sorc (Itália), Fortaleza do Pinhão da Serra Catarinense (Brasil);
3. projetos com benefícios econômicos concentrados (não difusos) – Fortaleza do Baru (Brasil), Fortalezas da Lenticchia di Santo Stefano, do Canestrato di Casteldelmonte e do Pecorino de Farindola (montanha dos Abruzos, Itália), Fortalezas dos Antichi Pomodori di Napoli, da Papacella e do Fagiolo Dente di Morto (Nápoles, *agro acerrano-nolano*, Itália);
4. projetos falidos na fase inicial – Fortaleza do Aratu (Brasil).

e) De maneira geral, a presença e a ação positiva, voluntária ou involuntária, do movimento Slow Food, para os produtores envolvidos nos projetos Fortalezas tem dois efeitos principais, distintos entre eles, não vinculados e não consecutivos:

1. acréscimos do valor agregado no preço de mercado dos produtos (valoração monetária, promoção comercial etc.);
2. ação prévia à valorização e à valoração do produto – mas não necessariamente resultante na valoração econômica final –, representada pelo conjunto de processos de estruturação e valorização do território, da comunidade, do complexo social e produtivo-empresarial por trás dos produtos.

f) Com base nas peculiaridades da forma de intervenção do movimento e do contexto local, pode prevalecer uma ou outra das ações descritas ao ponto precedente.

g) Em termos de desempenho e evolução do projeto e de nível de identificação dos atores locais com este, existem diferenças importantes determinadas pela fonte da iniciativa (quem solicita a instituição da Fortaleza). A procedência de cima ou da base, a natureza coletiva ou individual da proposta e/ou do proponente são significativas, porém não determinantes. Determinante é: (i) a composição, a reação e a adaptação favoráveis ou desfavoráveis do *background*; (ii) a qualidade dos processos ativados pela instância inicial ao escopo de envolver os atores locais (ciclo de tradução);

h) Em contextos onde o movimento já detém uma base de sócios ativos, por meio dos representantes de base que encarnam o movimento, o Slow Food favorece a criação de redes novas e crescentes, mesmo fora de sua esfera de influência. Por outro lado, em contextos onde o tecido sociocultural não está já dotado de formas organizacionais de base ou de históricos de práticas associativas, isto é, em contextos onde o Slow Food é apenas um proponente “de cima para baixo”, encarnado por uma instituição/órgão superior, ele, só, não cria nada (ou nada que dure), apesar do papel de destaque de figuras carismáticas. Em outras palavras, o Slow Food enquanto agente e catalisador de percursos de desenvolvimento territorial funciona naqueles contextos onde (i) ele não é determinante e onde (ii) o projeto de valorização não intervém para implantar ou criar do nada capitais territoriais, redes e atitudes socioculturais para o aproveitamento dos capitais, mas sim quando o movimento é apenas um canal útil para aproveitar recursos já existentes (ou seja, quando o movimento é percebido e aproveitado como sendo parte do capital territorial).

i) À luz da história dos projetos estudados, a função de agente e catalisador de percursos de desenvolvimento territorial necessita de mais aprofundamento, de enraizamento, de presença constante e prolongada, de ações de sensibilização minuciosas, diárias e práticas: outros atores demonstraram ser bem mais eficazes do que o Slow Food nesse papel.

4.2 QUEM ANDAVA A PÉ COMEÇOU A ANDAR DE BICICLETA. A COOPERCUC E A FORTALEZA DO UMBU

Nossa viagem de campo começa com a visita ao local de produção da Fortaleza do Umbu.

Localidade: Municípios de Uauá, Canudos e Curaçá, sertão do estado da Bahia, região semiárida.

Superfície: 13.014 km²

Os três municípios somam 66.510 habitantes, 66% dos quais residem na zona rural e vivem de caprinocultura, extrativismo de frutas nativas e pequenas fruticultura e agricultura de sequeiro.

No sertão compreendido entre as cidades de Juazeiro, Paulo Alfonso e Euclides da Cunha, no centro do chamado “polígono das secas”, algumas famílias de agricultores dos três municípios deram vida à exitosa experiência da Coopercuc, Cooperativa Agropecuária Familiar de Canudos, Uauá e Curaçá, para beneficiamento e comercialização dos frutos nativos da região.

A terra cinzenta, o céu sem horizonte, os cactos que se erguem, entre arbustos torcidos, na paisagem típica da caatinga falam claramente das dificuldades que investem a região. A pluviosidade anual, concentrada nos meses inverniais, entre novembro e março, é fortemente irregular e, devido às altas temperatura e intensidade solar, sujeita a evaporação rápida. As águas não permanecem nos solos rasos e as do subsolos, geralmente salobras, são de difícil acesso. As condições para a agricultura e para a criação animal são extremas. As estiagens, reiteradas e prolongadas, se cravam na memória e na alma de quem habita essa região, especialmente dos que têm mais anos de vida atrás de si.

As pessoas mais novas, por outro lado, antes de acumular a sequência de secas e chuvas de uma vida inteira, vão embora.

A emigração massiva dos jovens, empurrados para os grandes centros urbanos do país, sobretudo São Paulo, delata situações de carências consideráveis no que diz respeito à escassa geração de emprego e de renda, às deficiências de infraestrutura básica de saneamento e dos serviços de transporte, atendimento à saúde e instrução.

No território do município de Uauá, em algumas das muitas comunidades rurais de Fundo de Pasto da região, em 1998, algumas mulheres, graças a mutirões e trabalhando nas cozinhas das próprias casas, começaram a preparar e vender doces feitos com o umbu e o maracujá da caatinga, frutos nativos do sertão.

Segundo a maioria dos relatos oficiais, o nascimento da organização embrionária daquilo que se desenvolveria e, em 2004, seria oficializado com o nome de Coopercuc, remonta a essa data.

Porém, gravador de voz e caderno de anotações na mão, constatamos que as raízes dessa história afundam em anos anteriores, quando a ideia de aproveitar o umbu e o pequeno maracujá da caatinga ainda não existia.

Durante nossa permanência na comunidade rural de Lajes das Aroeiras, 25 km de estrada de terra da cidade de Uauá, Jussemar Cordeiro da Silva, ex-presidente da Coopercuc, atual responsável do setor de comunicação da cooperativa e nosso anfitrião durante a visita de campo, nos leva para conhecer seus pais.

Waldemar e Analice são dois protagonistas importantes dessa história, a partir do começo. A casa onde eles hoje moram parece nova, foi reformada há pouco e é muito bem arrumada. No meio de uma pracinha de poeira branca, a rodeiam poucas casas, igualmente decorosas e recém-pintadas. As casas, todas desprovidas de água encanada, dispõem de baldes para guardar a água pluvial, que é utilizada parcimoniosamente para limpeza pessoal e da casa e para a cozinha. O calor da acolhida dessa família, que estava nos esperando com a mesa do almoço dominical pronta e uma grande vontade, quase felicidade, de responder a nossas perguntas, nos surpreende e comove. É apenas o primeiro e mais intenso da rica série de encontros com a beleza de vidas humanas simples que nos espera ao longo da pesquisa de campo.



A



B



C



D



E

Figura 9. A, B, C, D, E Lajes das Aroeiras, Uauá (BA), Analice e Waldemar durante a entrevista (fotos da autora).

À tarde, beliscando biscoitos com geleia de maracujá da catinga sentados na varanda, escutamos os contos de Waldemar e Analice (Figura 9). Waldemar começa a contar:

As coisas começaram a mudar com o trabalho da igreja, com aquela troca de experiência. Só depois começou a se discutir a questão das frutas naturais, sobre como aproveitar. Antes que as mulheres comessem a trabalhar o umbu, os grupos das mulheres tinham sido sensibilizados pelas irmãs (três freiras, NdA) na produção da multimistura, porque na época a mortalidade infantil era muito grande, muito alta na região, e as irmãs ensinavam a fazer a mistura para alimentar as crianças⁵⁶. Ensinavam também a fazer a medicina caseira, plantar plantas e iam ensinando para que servia cada planta, fazer chá medicinal e tal. E daqui foi se espalhando. Tinha sempre reuniões na igreja, no centro comunitário. Se juntavam muitas comunidades. A gente era um grupo muito grande. Aí, ia trocando experiências. E começamos a fazer visitas em outras comunidades [...].

⁵⁶ A multimistura, ou farinha múltipla, é uma tecnologia social difundida como complemento alimentar para o combate à mortalidade infantil e a desnutrição. Geralmente é composta por farelos (de arroz, de trigo, de milho), sementes (de abóbora, melancia, gergelim), pó de folhas verdes (de aipim, de batata doce e de abóbora) e cascas de ovos. O uso da multimistura no Brasil foi divulgado pelas pioneiras Clara Brandão e Zilda Arns e sempre esteve ligado a ação no âmbito da Pastoral da Criança e da Pastoral da Pessoa Idosa, organismos de ação social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

As freiras – intervém Analice – ajudaram muito. Foram elas, com seu trabalho, que puseram a base para aquilo que irá surgindo nas décadas seguintes.

Ao longo da narração desta história, os olhos de Waldemar se acendem, ainda ardorosos, quando conta que, junto com o trabalho de capacitação das mulheres, freiras e padres missionários presentes na região desenvolviam um trabalho intenso de conscientização política, por meio de reuniões e debates atrelados às ocasiões rituais e ao momentos de oração na igreja.

Com efeito, conforme relatado, nas comunidades rurais de Uauá e circunvizinhas, na década de 1980, se enraizaram com força ações de catequização e conscientização realizadas por religiosos envolvidos nas pastorais sociais (Pastoral da Terra, Pastoral da Criança, etc.) e foram se formando Comunidades Eclesiais de Base (CEBs)⁵⁷.

As “irmãs”, três freiras estrangeiras — possivelmente canadenses — da Congregação do Sagrado Coração de Jesus, chegaram a Uauá por volta de 1986 e ficaram até 1996. Durante esses dez anos, outros atores e agentes foram se somando. Em 1989, na região, começou o trabalho da Convivência com o Semiárido, que, a partir de 1992, foi intensivamente intermediado pelo Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada (IRPAA).

⁵⁷ As Comunidades Eclesiais de Base, no Brasil, nasceram do contexto de efervescência popular que caracterizou o começo da década de 1960, período no qual o contexto sociocultural e eclesial era marcado pela presença de movimentos como a Ação Católica (em especial a Juventude Universitária Católica, Juventude Estudantil Católica e Juventude Operária Católica) e o Movimento de Educação de Base (MEB).

Esses movimentos criaram as condições para a redefinição da atuação crítica dos cristãos no interior da igreja e da sociedade brasileira, com repercussões do ponto de vista prático e teológico, como demonstra o sucessivo surgimento da teologia da libertação e das Comunidades Eclesiais de Base (BERGER, 1985; BURDICK, 1993; COUTINHO, 2009; LÖWY, 1991; MARIZ, 1994).

O golpe militar de 1964 freou a efervescência dos movimentos sociais, mas não impediu a rearticulação de uma pastoral popular progressista e capilar na periferia das grandes cidades e em âmbito rural.

As CEBs nascem, portanto, em uma conjuntura política e em contextos socioeconômicos difíceis. Foram favorecidas pelo clima de renovação religiosa instaurado pelo Concílio Vaticano II (1962-1965), pelo amplo movimento popular que sacudiu o Brasil na década de 1960, pelas posições afirmadas na Segunda Conferência Geral do Episcopado Latino-americano (Medellín, 1968) e pela postura da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

As CEBs se tornaram um laboratório importante para a formação cidadã e de militância política da população marginalizada.

A eclosão do movimento ocorreu principalmente na década de 1970, paralelamente à criação da Comissão da Pastoral da Terra (órgão da CNBB), e continuou também durante o decênio sucessivo. No restante da América Latina, as CEBs, surgiram um pouco mais tarde, a partir do final da década de 1970, ganhando força expressiva em países como México, Equador, Nicarágua, El Salvador, Chile, Peru e Paraguai (BEOZZO, 1993; BERGER, 1985; BURDICK, 1993; COUTINHO, 2009; LÖWY, 1991; MAINWARING, 1989; MARIZ, 1994).

O Programa de Convivência com o Semiárido em Canudos, Uauá e Curaçá (PROCUC) do IRPAA, durante uma década, realizou intervenções sociais de capacitação voltadas para os agricultores familiares e as mulheres da região, de diferentes formas, desde a discussão sobre recursos alternativos para geração de renda, até à assistência técnica para o aproveitamento das frutas nativa, destinada ao consumo familiar⁵⁸. Os grupos de mulheres das comunidades que, graças ao trabalho das freiras, já tinham iniciado a “redescobrir” as potencialidades dos frutos do sertão, receberam o acompanhamento dos técnicos do IRPAA. Reuniões e encontros frequentes proporcionaram oportunidade de debate e formação, com o objetivo geral de melhorar a condição de vida e a segurança alimentar da população rural.

Influenciadas pelo trabalho de conscientização política e coesão social feito com as “irmãs” e durante os anos de Pastoral da Terra — trabalho que resultou também na adesão geral ao Partido dos Trabalhadores — e pela atuação das Comunidades Eclesiais de Base surgidas na região, em 1999, as comunidades recebem os cooperantes voluntários do programa Horizont 3000 da ONG austríaca KMB (*Katholische Männerbewegung der Diözese Linz*, Movimento dos Homens Católicos da Diocese de Linz). Os nomes de Nina e Benedito, dois cooperantes muito ativos e carismáticos, estão gravados na memória de todos os membros das comunidades, especialmente no município de Uauá, que foi o centro principal dos eventos relatados. Nina e Benedito ficaram de 1999 a 2001.

Junto com eles chegaram ajudas financeiras e uma ideia nova, em linha com o trabalho que vinha sendo realizado na comunidade pelos agentes de desenvolvimento anteriores: trabalhar no beneficiamento dos recursos locais, primeiramente o umbu, para sua valorização.

O IRPAA — explica Jussemar — continuou a trabalhar a ideia de as comunidades aproveitarem o umbu, para que o transformassem em produtos úteis à complementação alimentar das famílias.

O umbu, também conhecido como imbu, é o acidulce fruto do umbuziero (*Spondias tuberosa*, Figura 10, C), a “planta que dá de beber”, diz Jussemar a propósito da etimologia tupi-guarani, a “árvore sagrada do Sertão”, escreve Euclides da Cunha em *Os Sertões*, cuja ampla sombra essa gente aprende a amar desde a infância⁵⁹.

⁵⁸ O IRPAA está presente em Uauá há 26 anos (1989-2015). Hoje, no município, o Instituto atua diretamente em 68 comunidades, beneficiando atualmente 700 famílias. Desde 2009, está realizando um projeto de implantação de tecnologias de captação e armazenamento de água da chuva (barreiros, trincheiras, cisternas calçadão e de enxurrada; cf. <www.irpaa.org/noticias/1040/uaua-realiza-sessao-especial-em-homenagem-aos-25-anos-da-convivencia-com-o-semiarido>, acesso em: março 2015).

⁵⁹ Escreve Euclides da Cunha:

O umbuzeiro resiste às estiagens mais prolongadas graças à presença de um sistema de numerosas “batatas” que armazenam água junto às raízes, no subsolo. Devido a essa adaptação ao clima semiárido, a árvore produz em quase todo o nordeste brasileiro e na região norte de Minas Gerais.

As crianças que brincam em volta da varanda durante a entrevista com Jussemar, Waldemar e Analice, ao ouvir que não conhecemos muito bem o umbu, somem, para voltar depois de poucos minutos com alguns umbus nas mãos, ainda pequenos e verdes, e com um desenho, bem didático, feito naquele momento para a pesquisadora estrangeira (Figura 10).



É a árvore sagrada do sertão. Sócia fiel das rápidas horas felizes e longos dias amargos dos vaqueiros. Representa o mais frizante exemplo de adaptação da flora sertaneja. Foi, talvez, de talhe mais alentado e alto — e veio descahindo, pouco a pouco, numa intercadência de estios flammivomos e invernos torrencias, modificando-se á feição do meio, desinvoluindo, até se preparar para a resistência e reagindo, por fim, desafiando as seccas duraduras, sustentando-se nas quadras miseráveis mercê da energia vital que economisa nas estações benéficas, das reservas guardadas em grande copia nas raízes.

[...] E reparte-as com o homem. Se não existisse o umbuseiro aquelle tracto de sertão, tão estéril que nelle escasseiam os carnahubas tão providencialmente espalhados nos que o convizinhm até ao Ceará, estaria despovoado. O umbu é para o desventurado matuto que alli vive o mesmo que a *mauritia*, para os garaunos dos *llanos*.

Alimenta-o e mitiga-lhe a sede. Abre-lhe o seio acariciador e amigo, onde os ramos recurvos e entrelaçados parecem de propósito feitos para a armação das redes bamboantes.

[...] E ao chegarem os tempos felizes dá-lhe os fructos de sabor exquisito para o preparo da *umbusada* tradicional. O gado, mesmo nos dias de abastança, cobiça o sumo acidulado das suas folhas. Realça-se-lhe, então, o porte, levantada, em recorte firme, a copa arredondada, num plano perfeito sobre o chão, á altura attingida pelos bois mais altos, feito plantas ornamentaes entregues á solicitude de praticos jardineiros. Assim decotadas semelham grandes callottas esfericas. Dominam a flora sertaneja nos tempos felizes, como os *cereus* melancólicos nos paroxysmos estivaes (1902: 1981, pp.35-36).



Figura 10. A, B, C Desenho do fruto do umbu realizado por algumas crianças de Lajes das Aroeiras durante a entrevista com Waldemar, Analice e Jussemar; frutos de umbu; Umbuzeiro (fotos da autora).

Maduro entre dezembro e abril, o umbu constituía a base de receitas populares típicas da tradição sertaneja, como o vinagre, garapa e umbuzada. Esses produtos, porém, eram preparados pelas mulheres apenas para o consumo familiar.

Atualmente, na região nordeste, a coleta e a venda de sacos de fruta fresca para intermediários ou, diretamente, nas feiras e aos lados das estradas representam a forma mais difusa de exploração do recurso. Durante poucos meses no ano, essa atividade extrativista é responsável por uma parte importante da renda de muitas famílias. O estado da Bahia é o maior produtor brasileiro de umbu (mais de 85% da produção total nacional, que é, em média, de 9 mil toneladas por ano). Evidentemente, realizada desta forma, a exploração do recurso natural agrega o mínimo de valor, o qual fica integralmente nas mãos dos intermediários comerciais, que levam grandes cargas de umbu para as cidades principais do nordeste e do Brasil, e para os empreendimentos que realizam o despulpamento, a embalagem e a venda de polpa pronta ou de suco da fruta.

Segundo os dados coletados em campo, cada saca de 45 kg de fruta fresca, comprada do catador por um valor entre 5 e 15 reais, passando por intermediários, despulpadores, supermercados e lanchonetes, até o consumidor final, adquire valor até chegar a cerca de 300 reais.

Além do umbu, outro fruto nativo espontâneo, presente em abundância e idôneo ao processamento para obter doces e suco, é o pequeno maracujá da caatinga. Menor do que o maracujá comum (*Passiflora edulis*) e geralmente não cultivado, o maracujá da caatinga

(*Passiflora cincinnata*) é localmente conhecido também com o nome de “maracujá de boi”, “de mato” e “maracujá brabo” (Figura 11).



Figura 11. Analice mostra o maracujá da caatinga (foto da autora).

A partir de 1998, sensibilizadas pelo trabalho das freiras e incitadas pelos técnicos do IRPAA, as mulheres começaram a comprar os ingredientes com o dinheiro de mutirões e a se juntar para processar a fruta em casa.

Oriunda das experiências dos anos anteriores e aprimorada com a contribuição dos diversos agentes que foram chegando, a ideia de superar o problema da perecibilidade dos produtos à base de umbu e maracujá nativo levou à formação de grupos de mulheres, cada vez mais numerosos e interessados na proposta. Artesanalmente e nos espaços domésticos, elas transformavam os frutos espontâneos em doces, compotas e geleias. A ação de Nina e Benedito complementou decididamente as ações já iniciadas pelos agentes anteriores, estimulando o trabalho das mulheres e dos demais membros dos grupos no beneficiamento dos frutos nativos. Mas, desta vez, para que eles começassem a vender seus produtos.

Analice relembra:

Durante esse tempo, a gente não tinha um lugar suficiente para produzir esses produtos, a gente produzia mesmo na casa da gente. Depois de dois anos, a gente achou que já tinha uma base para fazer os produtos de boa qualidade. Aí a gente se juntou, o grupo das mulheres, em cada comunidade. Aí melhoraram a cozinha duma das companheiras e lá já começaram a fazer os

produtos de boa qualidade, que foi quando já se levava para a feira e se botava o banquinho para vender na feira.

A ajuda financeira recebida em 1999 pela aprovação do PROCUC foi intensificada graças à KMB. Nesse ano, o número de famílias envolvidas era de quase 100. Formou-se, então, o Grupo Unidos do Sertão, que criou para seus produtos artesanais a marca “O sabor Natural do Sertão”. Graças aos financiamentos e ao acompanhamento do IRPAA e da KMB, o Grupo conseguiu comercializar os produtos, em barracas próprias, nas feiras livres das cidades de Uauá e Curaçá.

A atividade de produção e venda cresceu.

“Aí fomos ganhando terreno, ganhando terreno e chegamos num ponto em que a gente não podia mais vender”, conta Jussemar. “Tinha de ter nota fiscal, tinha de comprar as embalagens, os insumos. E o IRPAA não podia fazer nada disso, porque não tem finalidade comercial. Foi quando veio a ideia da cooperativa e o debate para construir a cooperativa”.

Em 2003, conseguiu-se um projeto da Catholic Relief Service (CRS, a organização Caritas dos Estados Unidos), para a construção de uma unidade de beneficiamento de frutas; isto é, de uma pequena fábrica central, situada na cidade de Uauá, que apoiasse o trabalho de produção realizado nas comunidades rurais. A fábrica começou a funcionar em 2004. Nesse mesmo ano, aconteceram dois eventos centrais.

O primeiro é que, no dia 28 de junho, foi finalmente concluído o processo iniciado um ano atrás: a oficialização legal da cooperativa Coopercuc.

Além disso, em 2004, representantes das comunidades levaram seus produtos para expor e vender em Brasília, na Feira Nacional de Agricultura Familiar.

Foi aqui que Luigi Eusebi e Gabrio Marinozzi (os técnicos italianos que, na época, estavam auxiliando o MDA e SDT na implementação dos projetos do Slow Food) tiveram a oportunidade de conhecer o umbu e suas potencialidades gastronômicas e que resolveram incluí-lo entre as possíveis, futuras Fortalezas brasileiras.

Começou, então, o processo para a criação da Fortaleza. Na conclusão do processo, os produtores da Fortaleza do Umbu ganharam, como incentivo inicial, um financiamento de 13.000 euros de parte da Fundação Slow Food para a Biodiversidade.

O valor foi investido para a construção, em 2005, de 13 pequenas unidades de beneficiamentos, deslocadas em 13 comunidades rurais dos três municípios. Foram construídas mini-fábricas, constituídas por uma cozinha equipada com bocas de fogo e panelas adequadamente grandes e um espaço separado para o armazenamento das frutas frescas, do material de embalagem e dos produtos prontos. O trabalho deixava de se feito nas cozinhas das casas e era transferido para estruturas dedicadas à produção, garantindo todos os parâmetros higiênico-sanitários e de segurança necessários para uma preparação idônea e uma maior comercialização dos produtos.

Além daquela cota de financiamento inicial (a primeira e única fornecida pelo Slow Food à Fortaleza do Umbu), o ingresso do Slow Food na história significou, por sua vez, o ingresso da Coopercuc na rede de contatos e na vitrine do movimento.

“Se abriram as portas” diz durante a entrevista Adilson, o atual presidente da Coopercuc.

Em outubro de 2004, alguns agricultores representantes da Fortaleza do Umbu foram para a Itália, para participar no Salone del Gusto e Terra Madre. Durante o evento, a Alter Eco, sociedade francesa de importação de produtos naturais (comércio justo), visitou o stand do umbu e fechou um acordo de compra. Os produtos da Coopercuc começaram a ser vendidos na França. A partir de então, a ajuda do Slow Food pôde se limitar apenas à promoção, feita a distância, junto à rede do movimento. Os produtores da Coopercuc se demonstraram capazes de encontrar, sozinhos e a partir de redes locais, o acompanhamento e os apoios financeiros necessários.

O volume de produção e vendas da Cooperativa, ao longo dos anos, cresceu.

Seus membros começaram a procurar o IRPAA, o SEBRAE e o Centro de Assessoria em Microcréditos, para que ministrassem cursos de capacitação técnica e administrativa.

A partir de 2005, eles conseguiram trazer cursos para realizar diagnósticos participativos das potencialidades e das fragilidades do processo produtivo e oficinas de planejamento estratégico, entre outros. Os cursos, alguns dos quais financiados com os recursos da Cooperativa, são frequentados com grande interesse e proveito pelos cooperados da Coopercuc, cujo objetivo declarado é se tornarem gestores melhores e autônomos.

As melhorias, ao longo dessa história, se traduzem em números. O preço de uma saca de umbu de 45 kg, que no início da cooperativa valia 5 reais, hoje vale no mínimo 15-20 reais

(chega a 30-40, dependendo do momento e do andamento da safra). A articulação dos agricultores de forma organizada significou o fim da desvalorização dos produtos nativos, da falta de perspectivas de mercado, da concentração do lucro nas mãos dos atravessadores e o envolvimento de um número crescente de famílias no processo.

O dinheiro que, a cada final de estação, a Cooperativa repassa a seus membros, em particular às mulheres que trabalham nas unidades de beneficiamento, representa um complemento de renda significativo (um acréscimo de 30%, segundo dados da Cooperativa), que se traduz tanto em termos monetários, como de crescimento social coletivo.

Analice conta que ela e suas duas noras, na estação passada, ganharam 3.000 reais para cada uma. As famílias, na maioria dos casos, empregam esse dinheiro em melhorias e reformas da casa, para compras de eletrodomésticos, ferramentas agrícolas e animais, e para a escola dos filhos.

“Viver aqui, numa situação dessa, não é fácil”, diz Adilson, agricultor, emigrado para trabalhar em São Paulo durante oito anos, atual presidente da Coopercuc e residente na comunidade rural Testa Branca, Uauá:

Você conseguir manter algum jovem dentro da cidade, conseguir segurar pessoas... É difícil. Você tem mais facilidade com aquela pessoa que está envolvida no processo. Ela entra, começa a trabalhar, começa a gostar, começa a pegar um dinheirinho. Por exemplo, quem andava a pé, começou a andar de bicicleta; quem andava de bicicleta, passou a andar de moto. E aí vai melhorando, a cada ano assim. Não é um dinheiro que ele pega todo mês, mas no mês que ele pega, ele replaneja, porque é um complemento de renda; esse complemento que ele tira acaba sendo significativo para ele. [...] Então, quem tinha uma bicicleta, passou a ter uma moto. Quem tinha uma casa mais ruim, acaba também dando uma melhorada, consertando a casa. [...] Então, isso é significativo para a gente. Muda. Realmente tem uma mudança na vida das pessoas, muda a qualidade de vida.



Figura 12. Entrevista com Adilson e Jussemair, comunidade rural Testa Branca (foto de propriedade da autora).

Atualmente, a Cooperativa trabalha com a fábrica central, na cidade de Uauá, e com 18 unidades de beneficiamento deslocadas em 18 comunidades rurais (2 no município de Canudos, 7 em Curaçá e 9 em Uauá; Figura 13 e 14).

Dos 33 iniciais, ficaram 10 grupos e, com o tempo, os grupos ativos na cooperativa voltaram a ser 18. Porém, o número de pessoas trabalhando em cada grupo aumentou constantemente, passando de 44 sócios, em 2004, para os 180 atuais, 65% dos quais são mulheres. Hoje, as famílias envolvidas no trabalho da Cooperativa são cerca de 450. Cada grupo de trabalho é formado por 10-25 pessoas que, na época de coleta e processamento, trabalham segundo um sistema de turnos.

Graças à capacitação e à especialização técnicas de seus membros, a Coopercuc hoje dispõe de uma organização interna por setores específicos (comercial, promoção, produção, diretoria), de 15 funcionários especializados que trabalham pela cooperativa, ganhando entre um e três salários mínimos (Figura 16). A Cooperativa possui indicadores para medir metas, desempenhos e pontos fracos, que são monitorados com reuniões periódicas, semanais ou mensais, com a diretoria (6 membros), os responsáveis dos quatro setores e os 18 representantes das comunidades.

Com base nas metas gerais, cada grupo comunitário recebe metas anuais, a serem cumpridas segundo uma gestão autônoma do trabalho e da produção, de acordo com as normas da Cooperativa. Desde a sua fundação, os cargos de diretoria da cooperativa são equitativamente distribuídos e revezados entre representantes dos grupos de cada um dos

três municípios. A ideia é, portanto, manter um modelo participativo e suficientemente descentralizado.

A Coopercuc conseguiu o selo “Orgânico do Brasil” para muitos de seus produtos. O organismo autorizado Ecocert certificou 25 áreas de procedência da fruta (13 áreas de Fundos de Pasto e a 12 áreas individuais). Por conseguinte, para o processamento da fruta orgânica, são comprados e utilizados apenas ingredientes orgânicos (o açúcar, por exemplo).

Além da atividade educativa constante destinada aos jovens e adultos das comunidades rurais, a atenção para com aspectos de sustentabilidade ambiental se expressa nas regras estabelecidas pelo protocolo de produção da Fortaleza, através da manutenção dos umbuzeiros e das áreas que os hospedam (é proibida a retirada de frutos verdes, a quebra de galhos e folhas), de ações contrárias às derrubadas e ao desmatamento e de ações de recuperação de áreas degradadas. Graças à parceria com a Embrapa, em 2010, foi iniciado um programa de distribuição de mudas nativas e frutíferas para um plantio de qualidade e foram construídos quatro viveiros que servissem como centros didáticos para escolas e associações circunvizinhas e para a produção de mudas, a serem plantadas pelas comunidades rurais nas áreas degradadas.

A fábrica central tem capacidade de produção instalada de 150 kg/dia de geleias e 360 kg/dia de doces. Além disso, na época desta pesquisa, a Coopercuc estava prestes a inaugurar a nova fábrica central, maior e mais equipada do que a atual, também localizada na cidade de Uauá. Cada uma das 18 mini-fábricas produz aproximadamente 100 kg/dia de doce.

Atualmente, as vendas anuais somam 120 toneladas, em média, de produtos para o mercado nacional e 6 toneladas para o mercado internacional.

Há alguns anos a produção inclui também produtos transformados (geleias, doces, polpas) de goiaba, manga, maracujá (comum), acerola, coco e banana. A matéria-prima utilizada, por 80%, provém dos produtores cooperados. Açúcar, materiais e recipientes para embalagem são comprados fora, assim como a parte faltante de frutas (goiaba, manga, banana e maracujá), que é comprada de outros produtores da região. O umbu processado representa 60% do total da produção (transformado em suco, doce, geleia, polpa e compota) (Figura 16).

A fábrica central provê à produção destinada à exportação e ao mercado nacional, enquanto as mini-fábricas rurais são responsáveis para a produção designada às vendas locais

e aos programas públicos (PAA e PNAE). Enquanto a fábrica central é mecanizada e dispõe de energia elétrica, nas mini-fábricas ainda se trabalha com fogão de lenha.

No que diz respeito à distribuição dos produtos, a legalização da cooperativa, a capacidade de captar e investir recursos, sua certificação orgânica e sua ampla rede de contatos têm garantido à Coopercuc vários acordos de comercialização, no mercado interno e externo. Sua inserção na Conab e no PAA, hoje, representa um canal comercial de importância vital. O Programa Nacional de Alimentação Escolar garante cerca de 60% da venda da produção anual, que vai para o abastecimento de escolas públicas e municípios da região. Lojas varejistas espalhadas nos estados da Bahia, de Minas Gerais, do Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Pernambuco e São Paulo vendem produtos da Coopercuc. Em Salvador, eles são vendidos no supermercado Walmart.

Além das exportações para a França, através da Alter Eco, a Coopercuc exporta para a Europa por meio da firma austríaca EZA. Graças ao reconhecimento *Fair Trade*, a Coopercuc está inserida nas redes do comércio justo (Articulação Nacional de produtores Familiares no Comércio Justo e Solidário-ECOJUS, União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária-UNICAFES, Caatinga Cerrado Comunidades Eco-Produtivas, Rede Sabor Natural do Sertão, Rede de Economia Solidária).

Por terem sido escolhidos pelo programa Caras do Brasil, até final de 2014, alguns produtos da Coopercuc (geleias de umbu e maracujá da caatinga, principalmente) eram vendidos nos supermercados Pão de Açúcar do Brasil inteiro (15% da produção).

A gráfica dos rótulos dos produtos, a qualidade e as tipologias de embalagens, o fato de conseguir cumprir com as normas higiênico-sanitárias necessárias à comercialização interestadual e internacional, assim como a quantidade e qualidade das informações do site (www.coopercuc.com.br) denotam claramente o nível alcançado pela Coopercuc.

Embora a produção aconteça em escala maior e a fábrica central disponha de maquinários de cozinha e para embalagem, os produtos continuam sendo realizados segundo a forma artesanal, sem conservantes, corantes ou aditivos químicos.

Financeiramente, a Cooperativa funciona da seguinte forma: cada cooperado contribui com uma cota de ingresso de 150 reais. Todo ano, o lucro é repartido entre os grupos comunitários segundo o produto e a quantidade produzida naquele ano, descontando o valor adiantado pela Cooperativa na compra de insumos, materiais e por despesas e necessidades

eventuais. O valor repassado para cada grupo é dividido em partes idênticas entre os membros do grupo.

“Às vezes – explica Zé Milton, responsável do setor de produção – durante a safra, algumas pessoas têm algum problema de saúde, alguma dificuldade financeira. A cooperativa acaba adiantando. E no final da safra, quando a gente vai fazer a prestação de contas, a gente desconta tudo o que foi adiantado individualmente ou para o grupo. O restante é pago para eles. Em 2013, foram 184 mil reais pagos a todos os grupos, no total. O grupo que recebeu mais foi em torno de 45 mil”.

Perguntamos à Jussara, jovem responsável do setor de vendas, formada em geografia, mãe de dois filhos e residente em Uauá, qual é a margem de lucro conseguida na comercialização dos produtos (Figura 15, B). Jussemara responde:

A margem de lucro varia de 13% até 18%, 20%. A compota tem uma margem de lucro boa, o suco já não tem, então, varia com o produto. De 13% a 18%, é o lucro que fica com a cooperativa. Na revenda, eles acrescentam em torno de 30%, até 40% na Rede Pão de Açúcar. Nossos lucros foram crescendo ao longo dos últimos dez anos⁶⁰.



Figura 13. A, B A mini-fábrica de Lajes das Aroeiras; Jussemara e Analice mostram a cozinha da mini-fábrica (fotos da autora).

⁶⁰ O vidro de geleia orgânica de Umbu de 240 gramas, por exemplo, é vendido no Pão de Açúcar com um preço ao cliente entre 7 e 8 reais. O doce de corte de Umbu (300g) se encontra nas lojas revendedoras da Coopercuc por 14-18 reais.



A



B



C

Figura 14. A, B, C Fábrica central: entrada principal, armazém do material para embalagem e cozinha (fotos da autora).



A



B

Figura 15. A, B Zé Milton, técnico de produção da Coopercuc, e Jussara, responsável do setor de venda, durante as entrevistas (fotos de propriedade da autora).



Figura 16. A, B, C, D Jussemar mostra os produtos da Coopercuc, na sede da cooperativa (Uauá); Alguns dos produtos da Coopercuc (fotos da autora).

A rede de sólidas alianças nacionais e internacionais, englobando entidades públicas, privadas e organizações do terceiro setor, construída pela Coopercuc ao longo dos anos, hoje é considerável. A Cooperativa tem como seus principais parceiros, apoiadores administrativos e financiadores: a Fundação Slow Food para a Diversidade (Itália), o Instituto Regional da Pequena Agropecuária Apropriada – IRPAA, o KMB-Katholische Männerbewegung der Diözese Linz (Áustria), a Alter Eco (França), a EZA Fairer Handel GmbH – Aliança para o Clima (Áustria), o Instituto de Cooperação para Projetos de Desenvolvimento-ICEP (Áustria), a Organização Inter-eclesiástica para a Cooperação e o Desenvolvimento – ICCO, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas-SEBRAE, a Caixa Econômica Federal, o Ministério do Desenvolvimento Agrário-MDA, o Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome – MDA (Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional-SESAN), a Secretaria de Desenvolvimento Social e Combate a Pobreza da Bahia-SEDES, a Superintendência Regional da Bahia da Companhia Nacional de Abastecimento-CONAB.

Atualmente, a Coopercuc faz parte do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional-CONSEA, em nível estadual. Em nível municipal, integra o Conselho de Alimentação Escolar, a comissão do programa Garantia Safra, o programa Água para Todos e a base do Conselho Articulação do Semiárido-ASA⁶¹.

Todo ano, há sete anos, no final da safra, a Cooperativa realiza o Festival do Uumbu, que reúne em Uauá centenas de pessoas da região, em volta de momentos culturais e expositivos protagonizados pelos produtores.

Ao longo do tempo, a história da valorização do umbu e das famílias de agricultores familiares de Uauá, Canudos e Curaçá se tornou conhecida em todo o Brasil. No Nordeste, hoje, a Coopercuc é uma referência.

Ela já foi objeto de estudos, documentários, matérias jornalísticas e teses universitárias. Devido ao grau de experiência alcançado, seus integrantes são convidados para ministrar palestras e dar assistência técnica para outras cooperativas incipientes e organizações de agricultores familiares. Tomando a Coopercuc como estímulo e exemplo, outros empreendimentos para o beneficiamento das frutas nativas surgiram nos municípios limítrofes.

O trabalho da Cooperativa é reconhecido por premiações nacionais e internacionais. Entre os principais, ganhou o prêmio da CAIXA Melhores Práticas em Gestão Local 2011/2012 e foi finalista no prêmio internacional de Dubai para o *Best Practices and Local Leadership Programme* da ONU, em 2012.

Apesar do sucesso alcançado, ainda hoje, a necessidade de maior capacitação e maior assistência técnica representa a principal preocupação expressada pelos que trabalham na Cooperativa. Quando lhes perguntamos sobre os pontos fracos e as necessidades da

⁶¹ O Programa Água para Todos é instituído pelo Decreto nº 7.535, de 26 de julho de 2011, mantendo-se em consonância com as diretrizes e objetivos do Plano Brasil sem Miséria (BSM, criado pelo Decreto nº 7.492, de 2 de junho de 2011). No Plano Plurianual 2012-2015, os objetivos e metas do “Água para Todos” estão associados ao Programa 2069 - Segurança Alimentar e Nutricional. Embora de abrangência nacional, o Programa Água para Todos iniciou-se no Semiárido da Região Nordeste e do Norte de Minas Gerais e tem priorizado essas áreas, onde se concentra o maior número de famílias que vivem em situação de vulnerabilidade social (<<http://www.integracao.gov.br/entenda-o-programa>>, acesso em: março 2015). A Articulação Semiárido Brasileiro (ASA) é uma rede formada por mil organizações da sociedade civil que atuam na gestão e no desenvolvimento de políticas de convivência com a região semiárida. Sua missão é fortalecer a sociedade civil na construção de processos participativos para o desenvolvimento sustentável e a convivência com o Semiárido referenciados em valores culturais e de justiça social. As entidades que integram a ASA estão organizadas em fóruns e redes nos 9 estados que compõem o Semiárido Brasileiro (AL, BA, CE, PE, PB, PI, SE, RN e MG; fonte: <www.asabrasil.org.br>, acesso em: março 2015).

Coopercuc, hoje, todos respondem que o que eles mais precisam é orientação técnica e melhor formação profissional. A vontade de ser e fazer melhor parece nunca exaurir-se.

Como tivemos oportunidade de observar, a rede que se desenha em volta das comunidades rurais de Uauá, de suas Comunidades Eclesiais de Base e da identificação do umbu como um recurso potencial se torna, ao longo da história, cada vez mais horizontal.

Graças à chegada de agentes, iniciativas, cooperantes, contribuições externos — ligados à igreja católica e a entidades não governamentais, é importante sublinhar — a ideia da valorização das frutas nativas se concretiza.

È uma ideia sugerida por atores “chegantes”, não nativos (agentes de desenvolvimento de diversas procedências), surgida quando estes conheceram de perto algumas práticas da tradição alimentar local.

A rede, cada vez mais extensa e articulada, durante os anos, vai perdendo seu caráter vertical, ou melhor, sua orientação “externo-interno”, “doador-beneficiado”, “ensinante-aprendente”.

À medida que os membros das comunidades, antigos beneficiados pelos agentes externos de desenvolvimento, se tornam donos, protagonistas e gestores do projeto, as relações entre nós da rede se tornam mais paritárias (apesar de nunca ter havido uma intervenção totalmente vertical, do tipo ente governamental-comunidade).

Hoje em dia, eles são autores conscientemente responsáveis, andam com as próprias pernas, lembrando da própria origem, do acompanhamento e das ferramentas que foi necessário adquirir para chegar onde chegaram. A partir de um determinado momento, foram eles que, deixando de receber, começaram a demandar, a buscar e a providenciar para si essas ferramentas. Este processo, durante mais de vinte anos, foi acompanhado por um continuado e, até hoje, crescente envolvimento direto com a vida política da cidade e da região — militando nas fileiras do PT e se candidatando com o mesmo partido para as últimas eleições das administrações locais, no caso específico de vários membros da Cooperativa.

O engajamento político ativo é, sem dúvida, um ingrediente importante dessa narração. Assim como é essencial a percepção que os atores locais revelam a propósito de um evento, de uma mudança histórica específica, que os interessou e beneficiou, e que traz consigo um corolário amplo de questões sociais e identitárias.

“E eleição do Lula, para a gente, foi um sonho se tornando realidade”, diz um deles. E continua: “Agora tivemos uma grande oportunidade, porque ele deu oportunidade para o pobre, deu oportunidade para a agricultura familiar. E isso tem incomodado bastante muita gente por aí”.

O crescimento – disso também eles estão cientes – implicou múltiplos aspectos. Graças ao trabalho e ao sucesso da Coopercuc, a região deixou de ser conhecida apenas por ser a “terra da vaca morta”, da seca e da pobreza, diz, por exemplo, Jussemar.

Os homens aprenderam e incorporaram uma visão nova do valor do papel da mulher na comunidade e do trabalho feminino, acrescenta Adilson. Jussemar também destaca a importância da experiência em relação às questões de gêneros:

Criamos uma dinâmica na gestão da cooperativa que não fosse só os homens na direção da cooperativa, trabalhando a relação de gênero entre o homem e a mulher. Porque culturalmente temos a cultura do machismo, que homem não pode fazer coisa de mulher e mulher não pode fazer coisa de homem. Com isso, quebramos esse paradigma do preconceito entre as relações. Então, na construção da cooperativa fizemos 50% mulher e 50% homem na Direção, tanto no Conselho Administrativo, como no Conselho Fiscal, e temos mantido essa forma até então.

Os ganhos econômicos se traduziram em melhorias das condições de vida, materiais e imateriais. Hoje, a escolaridade média dos cooperados, declaram com orgulho os entrevistados, é bem acima da média do nordeste brasileiro. E as segundas e terceiras gerações já estão frequentando cursos universitários.

Do umbu, insistem os entrevistados, surgiu uma experiência de grande força pedagógica, fundada sobre a aprendizagem do valor da “oportunidade” e da “responsabilidade” – estas são as palavras mais pronunciadas.

A “horizontalização” da rede e das dinâmicas, junto com a identificação plena dos atores locais com os objetivos e os valores do projeto e o reconhecimento do conjunto de benefícios, individuais e coletivos, tangíveis e intangíveis, gerados é o que permite parcerias sólidas e frutíferas e, sobretudo, crescimento e continuidade.

As palavras de Adilson sintetizam perfeitamente a essência e o sentido da trajetória da Coopercuc:

O trabalho da Coopercuc hoje não é só o doce por si só, porque por trás de um doce existe toda uma história, toda uma ideia, uma lógica, que é de trabalhar esses outros contextos que existem. Por exemplo, a Convivência com o Semiárido, mais o trabalho das mulheres, o envolvimento das famílias, fazer com que as pessoas permaneçam, o trabalho social, a preservação... Tem toda uma história por trás. O doce, a parte financeira, lógico, são necessários, porque as pessoas precisam sobreviver, mas conta como uma coisa das sobrevivências. Mas para sobreviver e viver bem, na verdade, você precisa ter um conjunto de ideias, você precisa se educar para uma série de outras coisas que existe. Porque pegar o dinheiro só por pegar, também não... Ter dinheiro e não saber como fazer bom uso dele também não importa.

4.3 AQUI NÃO APARECE NINGUÉM PARA FAZER. A EX-FORTALEZA DO ARATU

Santa Luzia do Itanhy é um município do Leste Sergipano, região de Estância, situado no complexo estuarino do rio Piauí, a 86 km de distância da capital Aracaju.

Os 13.733 habitantes de Santa Luzia do Itanhy, distribuídos entre a cidade e os povoados, vivem basicamente de pesca e, nas áreas rurais, de pequena agricultura doméstica de subsistência.

Santa Luzia é um dos principais centros pesqueiros do Sergipe. Botiquim, Cajazeiras, Crasto, Pedra Furada, Pedra D'Água, Bode, Rua da Palha e Taboa são os principais povoados do município. As evidências materiais e as dificuldades testemunhadas pela história de vida das pessoas encontradas delatam deficiências estruturais e no atendimento dos serviços fundamentais, características de uma situação socioeconômica não muito diferente da que aflige outras regiões carentes, no Nordeste e no interior do país: ausência de saneamento básico, escassa acessibilidade aos serviços de saúde e instrução, difusão de alcoolismo e violência doméstica, forte emigração juvenil, masculina e feminina, para as grandes capitais.

Com a ajuda do Bolsa Família, afirma um entrevistado, aqui a situação parece ter melhorado um pouco: “Antes era mais miséria, mesmo. Todo dia de manhã, tinha um povo, vinte, trinta pessoas por dia, esperando na porta da prefeitura, pedindo ajuda ao prefeito. Agora pelo menos isso você não vê mais”.

Além da pesca em mar, atividade predominantemente masculina, um complemento fundamental à renda familiar é produzido pelas “marisqueiras”, as mulheres que diariamente catam mariscos no manguezal.

De madrugada, ou de manhã bem cedo, geralmente em grupo, as mulheres saem para o mangue (ou para a “maré”), levando consigo anzol, balde, saco, marmitta, querosene como repelente e calçados especiais, suficientemente altos para proteger os pés e as pernas de mordidas e picadas. Esses são os poucos e rudimentares apetrechos necessários para capturar, dependendo da época, aratu (*Goniopsis cruentata*), ostra (*Crassostrea brasiliiana*), lambreta (*Lucina pectinata*), maçunim (*Anomalocardia brasiliiana*), guaiamum (*Cardisoma guanumi*), sururu (*Mytella guyanenses*) e unha de velho (*Tagelus plebeus*)⁶².

O aratu é um caranguejo pequeno e avermelhado. Como todos os demais crustáceos e moluscos, é amplamente utilizado nas receitas da região, devido ao sabor delicado de sua carne.

A irmã de uma marisqueira diz: “Minha irmã é uma das melhores, mas ainda tem melhores do que ela. Tem quem pega três, quatro quilos por dia. Depende também da época. Época da Quaresma ele está ruim de pegar. Porque o caranguejo está andando. Dezembro, janeiro, fevereiro e março é ruim de pegar. Eles não saem. Eles ficam entocados. Porque acho que eles têm medo do caranguejo”.

Uma marisqueira experiente, na estação boa, consegue catar de 2 a 4 kg de aratu por dia.

Segundo a tradição, a pesca do aratu se faz estando sentada num galho alto de gaiteira (nome local do mangue-vermelho), na mão a vara e o anzol com isca. Os aratus, atraídos por cantorias específicas (os cantos de pescaria) que as marisqueiras entoam para chamá-los, saem. Uma vez que o aratu segura a isca do anzol, é colocado no saco.

Ainda no manguezal, logo depois da pesca, a maioria das mulheres acende um fogo e ferve os aratus na marmitta. Os aratus, já cozinhados, são levados para casa, onde serão quebrados, no mesmo dia ou nos dias seguintes. A carne tirada da casca é congelada na geladeira de casa.

⁶² Uma marisqueira explica: “Sururu tem de mangue e de crôa. Tem maçunim que é só da crôa. [...] Crôa é costa, tipo uma ilha coberta, não chega a ser uma ilha. A maré afunda, aí tem uma areia. A maré enche, mas não tanto. Aqui a gente chama crôa”.

A quebra, geralmente, é feita à tarde: a mulher, sozinha ou em companhia de irmãs, filhas, netas ou vizinhas, senta na porta de casa e passa horas e horas quebrando.

As mulheres de uma família, geralmente, têm sua própria especialidade: há a que prefere ir para o mangue, porque é ótima catadora, e tem as quebradoras.

O quebrado de aratu, ou seja, o produto limpo, congelado durante toda a semana, assim como os demais mariscos pescados e congelados, toda sexta-feira é vendido para os “cambistas” (intermediários, atravessadores) que percorrem, de casa em casa, os povoados. O cambista, mediamente, paga o aratu 20 reais por quilograma. No mercado de Aracaju, o mesmo quilo será vendido por 35-45 reais.

Da atividade de coleta e venda, cada marisqueira consegue tirar entre 60 e 150 reais por semana. Na mesma família, geralmente, tem mais de uma mulher marisqueira. Apesar de tradicionalmente difusa e importante para economias familiares exíguas, se trata de uma atividade pesada e altamente insalubre, que se soma à já considerável carga de trabalhos domésticos femininos usuais.

Entre 2008 e 2009, o aratu foi escolhido e reconhecido pelo Slow Food como alimento regional típico, dotado de características organolépticas meritórias. A inserção do aratu entre as Fortalezas brasileiras e a abertura do projeto com as mulheres catadoras do povoado de Cajazeiras (Santa Luzia do Itanhy) foram motivados principalmente por dois intentos: melhorar, por meio da valorização do produto, as condições de vida das famílias e das marisqueiras; definir, através de estudos de sustentabilidade ambiental, os períodos, as normas e os limites de retirada do recurso (normas até hoje inexistentes) para evitar sua exaustão.

O projeto, financiado pela Fundação Slow Food para a Biodiversidade e com o patrocínio da Região Véneto (Itália), previa o equipamento de uma estrutura — já existente e em desuso — para que ela se tornasse uma pequena unidade de beneficiamento comunitária, onde as mulheres pudessem ir quebrar, embalar e congelar o aratu, em condições higiênicas apropriadas e trabalhando juntas.

O local foi encontrado no povoado do Bode (cerca de 7 km de distância do povoado de Cajazeiras).

Entretanto, o projeto naufragou em poucos meses.

A unidade de beneficiamento nunca foi realizada.

Nada teve continuidade.

A adesão aos princípios do Slow Food, introduzidos pelos referentes do movimento na época da discussão da proposta, esvaneceu junto com o projeto e os financiamentos recebidos.

Hoje, a Fortaleza do Aratu não existe mais. Foi suprimida em 2013, depois de anos de espera inútil.

Durante nossa visita a Santa Luzia do Itanhý, a primeira pessoa que encontramos é Selma, presidente da Colônia de Pesca local durante os últimos oito anos.

Selma não nos estava esperando. Entretanto, nos acolhe no escritório da sede da Colônia de Pesca e, uma vez conhecido o intuito da visita, se disponibiliza para responder a todas as perguntas.

Como primeira coisa, para introduzir o assunto, mostramos o folder realizado, na época, pelo Slow Food para apresentar e divulgar a Fortaleza do Aratu. “Aquele projeto morreu no papel” afirma Selma, reconhecendo imediatamente o folder e antecipando qualquer pergunta. A partir de então, passamos quase duas horas entre perguntas e respostas sobre a situação da pesca no município, as condições dos pescadores, e, sobretudo, sobre a vida política e social em Santa Luzia. Ao longo da entrevista, emergem frases e pontos especialmente relevantes.

Já desde o início do projeto Fortaleza, a Colônia de Pesca e seus representantes não foram contatados nem foram convidados a participar. “Isso porque — explica Selma — não gostavam de mim. Não estávamos em boas relações”. A Selma, de fato, não estava entre os simpatizantes — portanto entre os votantes — do então prefeito de Santa Luzia (Aduino Dantas do Amor Cardoso, eleito com o PSB em 2005 e, de novo, em 2009). E, quem estava tocando todos os projetos, na época, era justamente o entourage de secretários, assessores e conhecidos do prefeito, em especial, Daniel Freire do Amor Cardoso, secretário de Aquicultura e Pesca e sobrinho do prefeito.

Portanto, a Colônia de Pesca, durante os anos de cargo do prefeito Aduino, foi mantida fora da grande maioria dos projetos que passavam pela prefeitura, segundo afirmado por Selma.

Em 2011, o prefeito Aduino foi cassado com sentença do Tribunal Regional Eleitoral de Sergipe por compra de votos na eleição de 2008.

Hoje, o prefeito de Santa Luzia é Paulo Cesar Ribeiro Soutelo, do PSDB⁶³. Isto é, na lógica da contenda política local, é um homem da facção adversária à do prefeito anterior.

A população local, com efeito, vive dividida pelo aguerrido contraste entre apoiadores de uma e de outra parte. Mas, como teremos oportunidade de constatar durante a permanência em Santa Luzia, as duas facções se dão guerra, quase com desprezo (mais retórico do que efetivo), sem que esse fervor se traduza em qualquer forma de ativismo político e cidadão ou em emulação positiva. Muito pelo contrário, os resultados são a contínua obstrução ao trabalho administrativo do outro, o boicote e a desqualificação, por princípio, de qualquer iniciativa alheia.

Perguntamos se existem outras associações, grupos ou formas organizativas atualmente ativas no município, além da Colônia de Pesca (que existe desde 1994). Selma responde que não dá para saber quantas são as associações que hoje existem formalmente; que são muitas e que nos últimos anos essas associações brotaram do nada. Mas, acrescenta, todas elas só existem no papel. Não fazem nada. Foram criadas de cima para baixo, sem as pessoas saberem ou participarem. Foram criadas por escopos políticos, “para pegar o dinheiro que chegava para os projetos”. Além de tudo, nenhuma delas teve efetividade nem continuidade. Mesmo a que tinha mais poder de todas, a Associação da Comunidade Quilombola de Cajazeiras, criada em 2008, hoje em dia, só existe no papel, desprovida de liderança e totalmente inativa.

Selma exprime claramente sua perplexidade quanto a existência, na região, de remanescentes quilombolas que justifiquem a criação dessa associação: “Estudos foram feitos... Dizem que tem quilombola. Tem? Não tem? O dinheiro e os projetos chegam muito rápido quando você fala que tem”. A Associação Quilombola, continua, era a mais poderosa porque criada na época do prefeito Adauto e presidida por Nelo, morador do povoado de Cajazeiras, muito próximo do Adauto e especialmente amigo do secretário de Aquicultura e Pesca da época.

A não ser pela Colônia, o Sindicato Rural, o Bolsa Família e o Seguro Desemprego⁶⁴, afirma Selma, não tem mais nada que ajude os pescadores para viver melhor. Atualmente, a Colônia tem 1700 cadastros, sendo que apenas 1000 cadastros correspondem a pescadores realmente ativos. “Ainda muitos homens saem para São Paulo e Rio. E outros são sócios da

⁶³ O prefeito Paulo Cesar Ribeiro Soutelo, de 62 anos, faleceu na manhã da segunda-feira, dia 16 de março de 2015, justamente enquanto estávamos escrevendo esta página do nosso trabalho.

⁶⁴ Desde 2011, os pescadores inscritos na Colônia de Pesca recebem um salário mínimo duas vezes por ano, em dezembro e em fevereiro, devido à época de defeso do camarão.

Colônia, mas, por exemplo, passam a semana inteira fora catando coco. Muitos se inscrevem para poder ganhar o Seguro Desemprego e para a aposentadoria”.

“Aquele projeto do aratu não podia dar certo” retoma Selma. Não podia – explica ela – por vários motivos. Primeiro, a unidade de beneficiamento iria ser realizada no povoado do Bode, “naquele fim do mundo, onde moram apenas nove famílias e que fica a quase nove quilômetros de Cajazeiras. Como é que pode?! Como as mulheres iam fazer, todo dia, para ir e voltar de lá?”. Além disso, se tratava de um empreendimento que exigia um investimento de valor pesado. E, terceiro, “não é fácil mudar a cultura do povo de uma vez”. A ideia era que as mulheres fossem, a pé, trabalhar na fábrica. Mas elas, afirma Selma, estão acostumadas a trabalhar em casa. “A vida inteira quebraram marisco na porta de casa, enquanto preparam o café para o filho e o almoço para o marido. E tem outra coisa. Elas estão acostumadas com o atravessador. Para elas é um sistema bom, porque assim entra um dinheiro imediato”.

E por que, pergunta Selma, foi escolhido logo Cajazeiras para esse projeto? “No Crasto, por exemplo, se pesca muito mais aratu do que lá. Mas o prefeito e o secretário moravam lá e lá estava a maioria dos que os apoiavam”.

Independentemente das críticas sobre a gestão e os gestores locais do projeto do aratu, Selma acredita que se trata de um produto muito interessante, com uma produção boa e um bom mercado. Precisa valorizar o aratu. A Selma não tem dúvidas. E precisa também de estudos urgentes de viabilidade de pesca e que seja fixada a época de defeso do aratu.

O projeto Fortaleza do Aratu, como todos os projetos Fortalezas do mundo, além do financiamento inicial e do apoio para a difusão e o fortalecimento comercial, previa entre suas ações a fixação obrigatória de normas, técnicas, quantidades e limites sazonais para a pesca do aratu, por meio da adoção do protocolo de produção específico. Porém, logo no início, o projeto sofreu as dinâmicas negativas locais. E depois, com a troca de partido e de homens na administração municipal, todos os projetos e as políticas encaminhadas pela gestão anterior foram abandonados.

Sinais dessa práxis nociva permanecem claros no clima geral e nos discursos das pessoas de Santa Luzia. A questão de quem está e quem estava na prefeitura acaba entrando em todas as conversas, deixando que o discurso político se resuma a brigas, fofocas, julgamentos de caráter pessoal e travessuras entre partidários das duas facções. Os parâmetros de juízo são, apenas, a quantidade de obras públicas para o decoro da cidade

realizadas por um ou pelo outro prefeito e os benefícios, geralmente monetários ou materiais, obtidos pela própria família ou categoria profissional.

Para tentar entender o que aconteceu entre o momento da instituição da Fortaleza do Aratu e o fracasso definitivo do projeto, chegamos ao povoado de Cajazeiras para encontrar Nelo e Josevânia, duas peças importantes da história que vivenciaram pessoalmente os eventos (Figura 17).

A rua de acesso principal ao povoado de pescadores de Cajazeiras foi pavimentada há pouco tempo. É delimitada lateralmente por casas novas ou em reforma, coloridas, a maioria delas dotadas de jardins floridos (muitas casas do povoado estão sendo reformadas ou construídas, todas ao mesmo tempo, e isso chama particularmente nossa atenção).



Figura 17. A, B Povoado de Cajazeiras, Santa Luzia do Itanhhy, Sergipe (fotos da autora).

Em Cajazeiras, moram aproximadamente 250 famílias.

Nelo, hoje, é um pequeno empreendedor, dono de um viveiro de camarão.

Na época dos fatos, dos primeiros contatos com o Slow Food e do financiamento da unidade de beneficiamento, ele era o presidente da Associação da Comunidade Quilombola das Cajazeiras (foi o primeiro presidente), trabalhava na prefeitura e tomava conta da associação dos moradores, a Associação Comunitária do Povoado Cajazeiras, hoje inativa.

Encarregado de gerir vários projetos da época, ele teve uma participação importante nos eventos, porque era amigo e homem de confiança do Daniel, o secretário de Aquicultura e pesca da época, além de grande apoiador do prefeito Aauto.

Josevânia, formada em biologia e hoje empregada na Secretaria de Saúde da Prefeitura, participou do processo inteiro, das reuniões que alguns representantes brasileiros do Slow Food, a partir de 2008, realizaram para envolver as marisqueiras de Cajazeiras, da criação da Fortaleza e da proposta da unidade de beneficiamento. Até o encerramento do projeto, o nome da Josevânia figurava no site do Slow Food Brasil como sendo a referente local da Fortaleza.

Graças a informações às vezes evasivas e tendenciosas, às vezes fornecidas com um tom de verdadeira resignação, em Cajazeiras conseguimos uma reconstrução essencial dos eventos.

Por intermediação da bióloga Marina Vianna Ferreira, sócia e ativista brasileira do Slow Food, em Cajazeiras, é criada a Comunidade do Aratu — isto é, uma entre as muitas coletividades que, por estarem especialmente envolvidas na produção e no consumo de um determinado alimento, são listada pelo movimento como Comunidade do Alimento. O processo de definição de uma Comunidade do Alimento, por via de regra, pode acontecer de forma espontânea, por iniciativa da comunidade local, ou, como no caso em questão, por identificação e “sugestão” de um ator externo (ator que, geralmente, apresenta os conceitos e o movimento para pessoas que nunca nem ouviram falar do Slow Food e que, justamente por ser ativista, se encarrega de difundir a filosofia e ampliar a rede do movimento). No caso de Cajazeiras, aconteceu exatamente isso, com a Marina agindo como “facilitadora” inicial.

Em 2008, graças a financiamentos externos, a Comunidade do Aratu, representada por Nelo, entre outros, participa no evento do Slow Food dedicado à pesca, Slow Fish, em Gênova. Enquanto isso, Marina trabalha em Cajazeiras em prol da conscientização das mulheres marisqueiras, graças a reuniões e debates durante os quais as mulheres contam suas histórias de vida e no manguezal. Juntas, procuram e escutam formas de dar mais valor aos mariscos.

Através do contato de Marina com o núcleo de sócios do Slow Food do Brasil e graças ao papel da Roberta Sá no Ministério do Desenvolvimento Agrário, o aratu é candidato para ser produto Fortaleza.

Em Cajazeiras, continuam as reuniões e os encontros participativos com Roberta e Marina.

O articulador político local do projeto, dentro da prefeitura, é o secretário de Aquicultura e Pesca: ele acolhe a ideia e se compromete com a sua realização. Seu coadjuvante é Nelo. A proposta que emerge das reuniões, ao final, é a realização de uma unidade de beneficiamento: será aproveitado um edifício já existente, localizado no povoado do Bode, para realizar quebra, embalagem e congelamento do aratu. Conforme relatado pelas entrevistadas (Josevânia e outras marisqueiras), as mulheres gostavam da ideia e, sem dúvida, se a fábrica tivesse sido realizada, elas teriam ido trabalhar lá. A Roberta, na época, propôs até uma evolução possível do percurso de valorização: um dia, a fábrica poderia eventualmente ser equipada para a desidratação do aratu.

Tudo isso acontecia entre 2008 e 2009, durante a administração do prefeito Aduino. Pelo que as pessoas de Santa Luzia contam, se tratava de um prefeito muito amado, um verdadeiro benfeitor, para muitos. Quase um pai, segundo outros, mais do que um administrador, por seu jeito de cuidar de seus “assistidos”. Descrito como um homem bom, de coração grande, que não sabe negar um favor a quem vai bater na porta dele para pedir, era um prefeito pródigo em ações e gastos para obras públicas ostentosas. Coisa que, por um lado, melhorava realmente as condições de vida da população. Pelo outro, lhe garantia uma popularidade enorme (como é no caso da estrada pavimentada no ingresso do povoado, do crédito assegurado aos funcionários públicos da cidade, ou da doação do prédio em que iria ser realizada a unidade de beneficiamento do aratu).

“No meu povoado, que é Areia Branca, agora tem calçada. Tem água encanada. E as escolas hoje, estão todas reformadas” diz um morador.

Outro morador acrescenta:

Se na época você saísse daqui para a casa dele e chegasse lá e pedisse qualquer ajuda, ele fazia tudo para ajudar. Tinha um coração grande. [...] Mas ele se desgostou da cidade. Ele voltou para o povoado dele, planta maracujá, pimenta, banana, tem gado. Hoje ele não deixa chegar na casa dele. Vive mais escondido. [...] E eu peço a Deus que venha qualquer outro, menos esse que está aí (o prefeito atual, NdA). É um ditador mesmo. Se você, para fazer essa sua pesquisa, tivesse chegado aqui naquela época, o prefeito anterior doava o carro da prefeitura para rodar o município todinho. Tinha motorista o tempo todinho para você ir para onde fosse, para fazer as perguntas todinhas. Hoje, vai lá na Prefeitura, para ver se chega lá o prefeito para atender. Não quer, não. Só pensa em dinheiro o homem. Não ajuda ninguém, não.

A do prefeito Aduino era uma época em que os projetos choviam. “Tudo era projeto”, diz uma entrevistada. E, com os projetos, passava pela prefeitura muito dinheiro. Para

conseguir os projetos, na maioria dos casos, deviam ser criadas associações. Ou deviam ser respeitadas as condicionalidades, como no caso do programa de compras públicas de alimentos da Conab. Este é outro exemplo absolutamente coevo de rápido naufrágio, segundo relata Josevânia:

Na época, todo mundo estava encantado com o monte de projetos. Mas, os projetos estavam dando certo entre aspas. Pelo menos a história da Conab, que é a que eu tenho conhecimento. Era para incentivar as pessoas a plantar. Não aconteceu isso. Era receber o dinheiro, entregar a produção e plantar. Só que as pessoas não plantaram. Depois de nem um ano, a Conab cortou e disse que a partir de 2011 não tinha mais projeto nenhum para Santa Luzia. [...] Aqui não entenderam que era um benefício, que podia ser uma renda familiar. E, eles, não, não entenderam. Nada. No final do mês só queriam receber o dinheiro sem fazer nada. [...] Aqui foi tipo assim 2008, 2009, 2010. Três anos de projetos. Projeto de peixe... Tudo quanto era tipo de projeto. Projeto de inhame, de macaxera, não sei o quê... Era tanto projeto que tinha. Eram 86 famílias beneficiadas, aqui. Imagina, aqui tem 250 famílias. Quase a metade das famílias aqui vivia de projeto.

O povoado de Cajazeiras, portanto, participava no programa da Conab e, após pouco tempo, parece que o município inteiro foi excluído por irregularidades. E, como antecipado pela Selma, as associações criadas em função de projetos não tiveram continuidade.

Em 2011, depois de um mandato e meio, o prefeito cai em desgraça. Acusado de comprar votos por meio de doações de bens, é cassado junto com seu vice-prefeito (a acusação parece ser validada por uma gravação de vídeo das “distribuições”)⁶⁵.

É por isso que “ele se desgostou da cidade” e “vive mais escondido”, em Cajazeiras.

Pelo que ouvimos dos moradores locais, parece que, desde então, o sobrinho dele, secretário de Aquicultura e Pesca, literalmente sumiu. Não mora mais em Santa Luzia.

⁶⁵ O Tribunal Regional Eleitoral em Sergipe (TRE-SE) negou por unanimidade o recurso do prefeito e vice-prefeito de Santa Luzia do Itanhy, Adauto Dantas do Amor Cardoso (PSB) e José Edvaldo Félix (PMDB), e manteve a cassação do mandato em razão de compra de votos nas eleições de 2008. Além da cassação do diploma, os candidatos eleitos terão de pagar multa de R\$ 10,6 mil cada um. Os candidatos eleitos já haviam sido condenados em primeira instância sob as acusações de, durante as eleições de 2008, terem distribuído dinheiro, sapatos, camas, colchões, telhas, tijolos, remédios, secadores de cabelo, próteses dentárias e cerveja em comício em troca de votos. Adauto Amor e José Edvaldo Félix recorreram da decisão, alegando, entre outros argumentos, que a distribuição de bens fazia parte dos programas sociais da prefeitura. De acordo com o parecer da Procuradoria Regional Eleitoral em Sergipe, o programa indicado pelos acusados não contemplava a distribuição de materiais de construção nem de dinheiro (ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL EM SERGIPE, s.p., 2011). Cf. também: “Prefeito cassado de Santa Luzia do Itanhy-SE perde recurso”, artigo disponível em: <<http://trese.jusbrasil.com.br/noticias/3104956/prefeito-cassado-de-santa-luzia-do-itanhy-se-perde-recurso>> acesso: em março 2015.

Ninguém sabe para onde foi. O problema, no que diz respeito à nossa história, é que ele acabou ficando com o dinheiro depositado pela Fundação Slow Food para a Biodiversidade e destinado à realização da unidade de beneficiamento do aratu. O dinheiro, cerca de 3mil euros, tinha sido depositado na conta dele, pouco antes de o prefeito ser cassado.

Josevânia, na época, pensou em ir atrás desse dinheiro. Mas, logo desistiu:

Faltou muito a cobrança da comunidade, porque deixou muito solto. Quando era para cobrar, as pessoas diziam: “Ah, não vou me envolver nisso, ele é grande” e não sei o quê... [...] Cansaram de cobrar. Tudo aqui acontece assim. Na verdade, a comunidade já tem aquele foco: “Eu vou lutar com gente grande?” Que nada!”. Sempre quem sai perdendo é o pequeno. Na época, até tentei incentivar a comunidade, só que a minha disse: “Se aquieta, deixa isso para lá, você vai brigar com um monte de gente”. Tanto que na época encontrei algumas inimizades por conta disso. Minha mãe me aconselhou: “Deixa isso quieto, se você não tem o apoio da comunidade, deixa quieto”. Aí deixei para lá.

Na mesma época, Marina tinha se afastado por motivos pessoais, Roberta tinha saído do MDA e ninguém as substituiu nesse papel de elo com o Slow Food. Desde então, cessou qualquer ação de acompanhamento aos projetos Fortaleza. A sede central do Slow Food está longe, na Itália; não procura e não recebe informações e, de qualquer forma, prefere deixar que os referentes locais administrem e resolvam, esperando para ver no que dará. São os princípios da diretoria do movimento: acolher, apoiar, divulgar e, depois, ver se os produtores se organizam ao ponto de conseguir andar com as próprias pernas, sem a sede central ou a Fundação ter que fornecer ajuda constante.

Em 2013, diz Valentina Bianco, atual coordenadora do Slow Food para a América Latina, ao constatar que não tinha mais nada a se esperar da Fortaleza do Aratu, o Slow Food se viu obrigado a declará-la “extinta” e a eliminá-la da lista e do site.

Fica aberta a questão se a sede central e a Fundação Slow Food para a Biodiversidade, em casos como esse, têm que tomar providências antes, ou se, pelo contrário, optar pela postura que foi tomada não é mais justo e “educativo”.

Hoje, as marisqueiras continuam quebrando na porta de casa, vendendo para o cambista. Algumas delas, dotadas de meio de transporte próprio e de certo “espírito empresarial”, se tornaram cambistas dentro de sua própria comunidade: compram das companheiras pelo preço dos atravessadores e vão vender na cidade.



Figura 18. A, B Mulheres das famílias das marisqueiras de Cajazeiras quebrando caranguejo na porta de casa, à tarde (foto da autora).

A história deste insucesso destaca alguns pontos essenciais a propósito da rede, dos nós e da atitude de habitantes e atores envolvidos. No capítulo sucessivo aprofundaremos a relevância e as amarrações entre os aspectos que, aqui, apenas apresentamos.

Primeiro, os nós da rede só envolvem pessoas que, em algum nível, ocupam posições de poder; e os envolve só enquanto eles mantêm o poder.

Em segundo lugar, a rede não deveria ser chamada propriamente de rede, porque nunca chega a ser tal de verdade. Trata-se de poucos traços verticais, que descem de cima para baixo, e que permanecem tais. Duram pouco e, repentinamente, são truncados.

Contatos, colaborações e ações têm vida breve e acabam em nada, assim como as formas organizativas surgidas circunstancialmente. A referente no MDA, o prefeito, o secretário de Aquicultura, o presidente da Associação Quilombola amigo do secretário e do prefeito, a Associação Comunitária do Povoado Cajazeiras: a iniciativa vinda de fora, mesmo propondo sugestões interessantes ou absolutamente viáveis, não consegue dar vida a dinâmicas construtivas horizontais, nem a atitudes proativas na base, entre os habitantes do povoado.

Tudo começa por iniciativas individuais. Tudo depende de papéis e ações individuais. Tudo acaba quando os que “puxam” saem de cena. A única pessoa que se mostra mais partícipe e preocupada, Josevânia, é aconselhada a desistir, a não ir atrás do dinheiro. As palavras que a mãe dela usa para isso retratam bem uma atitude significativa e representativa de certa neutralidade, que poderíamos definir, inerte e derrotista: “Se aquieta, deixa isso para lá, você vai brigar com um monte de gente. [...] Deixa isso quieto, se você não tem o apoio da comunidade, deixe quieto”.

Algumas frases e contradições pronunciadas por Nelo também são significativas:

O dinheiro foi pouco demais. Não foi feito nada. Eu viajei duas vezes para Itália, viajei uma vez para São Paulo, ou talvez para o Rio, e três vezes para Brasília (por causa dos eventos ligados ao Slow Food, NdA). Quem bancava a gente era o secretário de Aquicultura e Pesca. Não sei com qual dinheiro. Eu fui escolhido para ir para Itália porque, no tempo, eu era presidente da Associação do Quilombola. Eu acredito que, também, eu era muito amigo de Daniel, do secretário. Eu comandava o negócio da polpa de fruta, era eu que estava tomando conta do povo (o da Conab, NdA). Mas tudo acabou, porque tudo depende da gestão, do prefeito atual. Porque não é a gente que tira. Se o prefeito atual quiser, ainda vai. Mas, é assim, vamos supor, eu fazia parte do grupo do outro prefeito. Como ele perdeu, aí o grupo se afasta. Aqui, acho que hoje, se não fosse o governo da Dilma, acho que o povo estava morto.[...] O que acontece? Infelizmente, acabou tudo, porque hoje o povo só vive aqui de Bolsa Família. Mas, aqui não aparece ninguém para fazer. [...] Estamos esperando que apareçam uns administradores que olhem para o povo. Porque nós vamos esperar. Porque, se hoje formos à busca, qual o conhecimento que vamos à busca? Quem tem de ir à busca é o próprio administrador público, junto com os vereadores, para buscar algum projeto para ver se as coisas melhoram. Se não acontecer isso, não vai melhorar de jeito nenhum. Se não abrir as portas, que deem oportunidade para algumas pessoas entrarem para fazer um trabalho decente, não vai melhorar não.

O projeto, com a ideia da fábrica, como parecem sugerir Selma e Nelo, foi mal pensado? A comunidade local aceitou uma proposta vinda de fora, do alto, sem acreditar muito no que iria ser feito e sem realmente estar disposta a mudar e se envolver, para agir? A Fortaleza foi aceita e criada já vislumbrando perspectivas de financiamentos e ganhos monetários e apenas isso?

Provavelmente, todas as perguntas precedentes merecem uma resposta afirmativa, sem que apenas um dos fatores mencionados prevaleça sobre os outros. De fato, parece claro que três elementos cardinais, de fundo, marcaram a trajetória infrutífera do projeto:

1) A falta de experiências e de organizações coletivas anteriores e preexistentes — portanto, a falta de uma educação, por assim dizer, para a vida em comum, da prática do “fazer juntos”, através de discussão e gestão compartilhadas: a prioridade atribuída ao interesse e a algum lucro pessoais emerge nitidamente das frases e da postura que tivemos oportunidade de observar.

2) A atitude de espera de algo que vem do alto, o assistencialismo (“Não aparece ninguém para fazer”): quem tem que fazer algo é sempre alguém que deve e que pode fazer *para* e *por* eles, ou seja, o poderoso da vez (prefeito, governo, estado etc.). O Nelo diz: “Os marisqueiros estão lutando, hoje”. Dessa luta, porém, não há rastros.

3) A ideia, a iniciativa e a liderança exauriram sua carga positiva e potencialmente produtiva ao encontrar um tecido social de escasso cooperativismo e fraquíssima identificação com a missão do projeto. Localmente, esses três fatores foram encarnados por atores locais individuais, cujo interesse principal não era a realização em prol do bem comum, independente de personalismos e cargos administrativos temporários, mas sim a captação de recursos para outras finalidades: a manutenção de seu próprio grupo no poder, o fortalecimento, por meio de ações demagógicas, da base eleitoral etc.

Deixamos Santa Luzia e Cajazeiras sem conseguir encontrar o prefeito atual ou algum dos seus secretários.

Nem por um instante, em momento ou em lugar algum da visita, o incansável rumorejo de fofocas, disputas e acusações recíprocas parou.

4.4 O VERMELHO E SEUS IRMÃOS. A FORTALEZA DO FAGIOLO ROSSO DI LUCCA

Lucca, 87.598 habitantes e 185,53 Km² de território, é um importante centro urbano do norte da Toscana. A *Provincia* de Lucca, ou *Lucchesia*, é a porção de região circunstante, isto é, o distrito incluso na jurisdição administrativa da cidade⁶⁶. Ela é formada por três zonas: a Piana di Lucca, a Versilia e a Media Valle del Serchio-Garfagnana. A Piana di Lucca (planície), durante os últimos sessenta anos, foi interessada pela redução das áreas destinadas à agricultura, devido à industrialização – especialmente no setor papeleiro e da manufatura de calçados – e ao desenvolvimento do setor dos serviços. Os terrenos agrícolas ficaram confinados em algumas áreas bem definidas e separadas, embora distantes apenas poucos quilômetros das zonas industrializadas. A nova configuração econômica e do mercado do trabalho, ao longo dos últimos anos, foi obrigando os empreendedores agrícolas a optar por produções mais rentáveis ou, pelo menos, em grau de garantir utilidades concorrenciais com as deriváveis das atividades em outros setores. Daí o surgimento da produção de flores, da horticultura especializada e altamente intensiva e, em geral, de empresas apontando para a maximização da renda por meio da diversificação da produção em setores bastante heterogêneos. A Piana di Lucca, com efeito, é uma planície ampla, rodeada por duas faixas de colinas, uma aos pés dos Monti Pisani (montes de Pisa), no lado sudoeste, a outra na base da Media Valle del Serchio (do rio Serchio), no lado nordeste. Nessa região, as empresas agrícolas são, geralmente, de tamanho reduzido (a maioria delas entre 1 e 4 hectares, em muitos casos fracionadas entre porções deslocadas), e apresentam arranjos de cultivos mistos, às vezes muito diferentes entre eles: cereais, nas terras de planície e não irrigáveis, hortaliças e flores, nas terras mais férteis e irrigadas, videiras e oliveiras nas terras de colina.

A Versilia, como a Piana di Lucca, nas últimas décadas, foi interessada pelo desenvolvimento de atividades não agrícolas, em especial o turismo, que restringiram a agricultura a alguns setores bem definidos. Nas áreas litorâneas entre Torre del Lago e Pietrasanta, se produzem flores e hortaliças (geralmente em cultivo protegido). Cereais, frutas e hortaliças são produzidos nas planícies internas, principalmente nos territórios dos municípios de Massarosa, Camaiore e Pietrasanta, enquanto a parte mais alta da Versilia (municípios de Seravezza, Stazzema e parte de Pietrasanta) apresenta características similares com as da Media Valle del Serchio e da Garfagnana. No que diz respeito aos aspectos

⁶⁶ O ordenamento administrativo italiano é constituído, em ordem de hierarquia, pelo Estado nacional, as 20 *Regioni* (plural de *Regione*, unidade administrativa subnacional), cujo território é dividido em várias *Province* (plural de *Provincia*, distrito administrativo sub-regional relativo às cidades principais de cada *Regione*) que, por sua vez, são constituídas pelos territórios dos vários *Comuni* (plural de *Comune*, município).

econômicos, a situação é parecida com a da Piana di Lucca. Mas, pelo que concerne à tipologia e ao uso da terra, na Versilia, os terrenos são irrigados e particularmente férteis, idôneos para produções de qualidade, destinadas aos mercados locais e extralocais. Diversamente, as regiões serranas da Media Valle del Serchio e a Garfagnana vivem uma condição muito distinta. Aqui, o desenvolvimento econômico e as mudanças ocorridas na segunda metade do século XX determinaram um êxodo intenso rumo às cidades. As poucas atividades agrícolas sobreviventes, na maioria dos casos e durante muito tempo, constituíram apenas uma atividade mínima, de subsistência. Durante décadas, as empresas agrícolas conseguiram sobreviver de produções silvestres (castanha portuguesa e farinha de castanha portuguesa), criação bovina e ovina esporádica e pequena produção de mel. Os cultivos, realizados em pedacinhos de terra arranjados no fundo dos vales e nos planaltos, sempre foram caracterizados pela produção exígua, porém atualmente dotada de alto interesse comercial, como no caso do celebre *farro* da Garfagnana (uma variedade de espelta, declarada produto com Indicação Geográfica Protegida desde 1996). A valorização recente desse território, rico em belezas naturais e especialidades gastronômicas, tem determinado novas oportunidades ligadas ao setor turístico – tanto tradicional, como do ecoturismo e do agroturismo – permitindo uma inversão de tendência positiva na economia local, a qual inclui a revitalização, ainda incipiente, do setor agrícola (DEL PISTOIA, 2008).

Além das produções cerealífera e hortifrutigranjeiras clássicas, a Lucchesia era e é historicamente conhecida, entre as regiões vizinhas, pela produção tradicional de diversas variedades de feijão (*Phaseolus vulgaris*; em italiano, *fagiolo*, plurale *fagioli*). Existem numerosos documentos que atestam a antiguidade e a importância da cultura do feijão na economia e na cultura locais (CUPPARI, 1854; MICHELI, 2008; MINISTERO DI AGRICOLTURA, INDUSTRIA E COMMERCIO, 1888).

Nas décadas do segundo pós-guerra, o abandono dos campos, seguido à implantação da indústria papelreira e, durante pouco tempo, da manufatura calçadista significou a diminuição drástica de população e terra ocupadas em agricultura e, ao mesmo tempo, o desaparecimento das variedades agrícolas das quais a região era rica. A perda de variedades típicas foi especialmente intensa no caso do feijão.

O feijão é, em geral, um produto que requer grande quantidade de mão de obra. A produção local, ao longo dos anos, acabou se tornando cara, não remunerativa e muito desfavorecida pela concorrência das importações baratas do exterior. Por conseguinte, foram mantidas apenas as variedades que, no mercado, conseguiam preços elevados (a partir da

década de 1970 e durante muito tempo, por exemplo, o mercado foi dominado apenas por uma única variedade, o *Cannellino*). Enquanto isso, as variedades menos apreciadas e mais laboriosas foram quase completamente abandonadas, como as variedades *Marmino* e *Cappone*. Outras, como o *Aquila*, o *Lupinaro*, o *Malato*, o *Rosso di Lucca* e o *Scritto di Lucca*, eram cultivadas apenas para uso doméstico. Outras poucas não se extinguíram só porque muito apreciadas no mercado estritamente local (é o caso do *Schiaccione*, do *Stortino* e do *Stringa*). Portanto, algumas das variedades antigamente mais difusas, hoje quase esquecidas pelo mercado e pelas novas gerações, sobreviviam escondidas, em algumas hortas, plantadas apenas por poucos anciãos e só para o consumo familiar.

Desde sempre, a importância do feijão na culinária *lucchese* é considerável. Não seria exagerado afirmar que essa leguminosa era e ainda é o produto de base mais utilizado na gastronomia local, para o preparo de inúmeros caldos e sopas com cereais.

Esses pratos pertenciam à tradição da culinária pobre que, utilizando os produtos da agricultura caseira, sabia combiná-los de forma impecável do ponto de vista nutricional: os cereais (espelta, trigo e milho) garantiam um aporte energético apropriado, enquanto o feijão fornecia o aporte proteico. A carne era consumida com grande parcimônia, quase exclusivamente nos dias de festa; mais frequente era o uso da carne de porco, e é justamente com a carne de porco que os feijões da Lucchesia combinam, em muitos pratos típicos (DEL PISTOIA e PACINI, 2008, p.20, tradução nossa).

Na cozinha tradicional, o feijão estava sempre presente. Seu consumo era diário e não havia épocas do ano em que faltasse na mesa. A consolidação da produção de variedades a serem consumidas secas comprova a necessidade de dispor desse alimento no período invernal, quando a produção cessa por motivos climáticos.

Giovanni Giovannoni, um agricultor de San Ginese di Compito (município de Capannori), conta: “A história do feijão aqui é bem antiga, se perde na noite dos tempos. Tem estudos dizendo que em 1800, nessa região, eram cultivados com feijão 5.000 hectares. Em tempos mais recentes, o milho, que tomou conta dos campos, chega a ocupar, no máximo, 3.000 hectares. Imagina o que era o feijão aqui!”. Mas, com a manufatura dos calçados, antes, de 1955 até a década de 1970, e depois com a indústria do papel, os campos foram abandonados. E a cultura que mais foi deixada para trás foi justamente a do feijão. Porque o feijão requer muita mão de obra. Estava chegando a mecanização, em agricultura, “mas com o feijão tem coisas que não dava para fazer com as máquinas”, afirma Giovanni. Tratava-se de um trabalho ainda muito manual. Um das variedades de feijão eram especialmente problemáticas, continua ele, porque:

[...] as vagens (em italiano, *bacello*, NdA) não ficam maduras todas de uma vez, mas ficam prontas em tempos diferentes e você tem que ir lá pegar, uma por uma, só as que estão feitas, e deixar as demais na planta. E, além disso, a planta do feijão, você tem que ceifar e deixar secar nos campos quatro, cinco dias em *andana* (fileiras de plantas cortadas e amontoadas entre os sulcos, NdA). Depois vem a *sbacellatura* (debulha). E aí a gente se juntava, todos os vizinhos, passavam as tardes e as noites, velhos e jovens, no galpão de alguém, para trabalhar e ficar falando, brincando... Sempre foi assim. Mas, por isso, o feijão precisa de muito trabalho. E se não puder vender por um preço que paga esse trabalho, então não vale a pena mesmo. Muitas variedades que antigamente aqui se plantava muito, desapareceram. Ninguém planta. Mas foram redescobertas dezessete variedades típicas.[...]"

Há cerca de doze anos, graças à participação de diferentes e numerosos atores locais, alguns agricultores – por profissão ou por paixão – da Lucchesia e, em especial, da Piana di Lucca, se tornaram protagonistas de uma interessante história de resgate e valorização das antigas variedades locais de feijão. Dessa experiência surgiu a Fortaleza (em italiano, *Presidio*) do Fagiolo Rosso di Lucca.

Tudo começou quando a *Agenzia Regionale per lo Sviluppo e l'Innovazione nel settore Agricolo-forestale* (ARSIA, órgão público de desenvolvimento territorial vinculado ao ente governativo da Regione Toscana), iniciou o projeto chamado "*Recupero e valorizzazione dei fagioli della Lucchesia*" (Recuperação e valorização dos feijões da Lucchesia), para o resgate da semente das antigas variedades tradicionais de feijão da região⁶⁷. Já a Gargini Sementi, empresa sementeira local, fundada no começo de 1900 e, desde sempre, empenhada na redescoberta, reprodução e difusão de variedades agrícolas autóctones, estava trabalhando de forma totalmente independente da ARSIA com alguns agricultores e estava conduzindo provas em campo para a identificação da semente das variedades antigas. A coincidência de entendimentos resultou, logo depois, em um sistema amplo de sinergias fecundas.

Para a Regione Toscana, a tutela da biodiversidade em âmbito agrícola e florestal – além da preservação da natureza *tout court* por meio de áreas de conservação especificadamente designadas – representa um tema central. Para tal objetivo, já em 1997, a Regione Toscana emanou uma lei específica, a Legge regionale n. 50 - *Tutela delle risorse genetiche autoctone* (Lei regional n.50 - Tutela dos recursos genéticos autóctones) e,

⁶⁷ A ARSIA, instituída pela Lei Regional 37/93, era o órgão técnico operativo do ente administrativo Regione Toscana com competências em âmbito agrícola-florestal, de aquicultura e pesca e faunístico-venatório. Em 2011, apesar do descontentamento geral e das manifestações contrárias, a ARSIA foi suprimida pela Lei Regional n. 65 de 29 de dezembro de 2010, em consequência das reformas para contenção dos gastos públicos impostas pela crise financeira. Suas competências foram absorvidas pela Direção Geral "*Competitività del sistema regionale e sviluppo delle competenze*" da Regione Toscana.

sucessivamente, em 2004, a Legge regionale n. 64 - *Tutela e valorizzazione del patrimonio di razze e varietà locali di interesse agrario, zootecnico e forestale* (Tutela e valorização do patrimônio de raças e variedades locais de interesse agrário, zootécnico e florestal).

Dentro desse contexto, a ARSIA promoveu para o território da Lucchesia um projeto trienal (2003-2005) de pesquisa e desenvolvimento local. O projeto contou com o apoio científico do Departamento de *Agronomia e Gestione dell'Agroecosistema* da Università di Pisa (o ateneu público da cidade toscana Pisa) e foi realizado em colaboração com a seção de Lucca de uma associação local, a Associazione Agricoltori Custodi.

O projeto, articulado em três etapas, uma para cada ano, tinha como objetivos: (I) a pesquisa de ligações históricas entre os feijões da Lucchesia, a agricultura e a culinária locais; (II) a pesquisa bibliográfica, documental e a coleta de entrevistas; (III) o censo das variedades existentes no território (Piana di Lucca, Media Valle del Serchio, Garfagnana e Versilia); (IV) a caracterização morfológica das variedades locais, identificadas por meio de provas comparativas em campos com os agricultores interessados (membros da associação Agricoltori Custodi); (V) a inscrição das variedades locais identificadas no registro "*Repertorio regionale delle Risorse genetiche autoctone della Toscana*"; (VI) em conclusão, a definição das características organolépticas das variedades, por meio de testes de degustação realizados por especialistas e profissionais da setor (TURCHI et al., 2008).

O levantamento bibliográfico e histórico foi realizado por Sebastiano Micheli, membro da associação cultural local chamada Ponte. O projeto contou com a colaboração da cooperativa agrícola L'Unitaria, com sede no município de Porcari, especialmente graças ao envolvimento do agrônomo Marco Del Pistoia, funcionário da cooperativa.

Os resultados do projeto por inteiro, do trabalho de pesquisa histórica, etnográfica, botânica e de caracterização morfológica e agrônômica são apresentados em uma publicação impressa, rica e detalhada, que foi financiada e divulgada pela ARSIA (2008).⁶⁸

Após identificação e caracterização das variedades locais, o projeto prosseguiu com o trabalho de definição de formas de conservação a serem implantadas no território, conforme previsto pela Lei Regional 64/04, a qual prescreve o reconhecimento institucional de sujeitos que efetuem a conservação *in situ*, ou seja, no campo (os assim chamados *coltivatori custodi*,

⁶⁸ A ARSIA publicava os resultados de estudos, pesquisas e experimentações, realizados pelos próprios técnicos ou comissionados, com o objetivo de disponibilizar, por meio impresso ou telemático, o material técnico para divulgação e informação atualizada. A ARSIA realizava sua própria atividade editorial por meio de várias coleções (monografias, cadernos e manuais técnicos, atas de congressos e seminários) e provia diretamente a sua difusão gratuita.

cf. infra), assim como a identificação de um sujeito científico preposto para a conservação *ex situ* (o Banco de Germoplasma, no caso).

As 17 variedades identificadas foram:

- 1 *Fagiolo Aquila o Lupinaro*
- 2 *Fagiolo Cannellino di San Ginese e Sant’Alessio*
- 3 *Fagiolo Cappone*
- 4 *Fagiolo Diecimino*
- 5 *Fagiola Garfagnina*
- 6 *Fagiolo Fico di Gallicano*
- 7 *Fagiolo Giallorino della Garfagnana*
- 8 *Fagiolo Malato o di San Giuseppe*
- 9 *Fagiolo Mascherino*
- 10 *Fagiolo Padulino o Marmino*
- 11 *Fagiolo Pievarino*
- 12 *Fagiolo Rosso di Lucca*
- 13 *Fagiolo Schiaccione di Pietrasanta*
- 14 *Fagiolo Scritto della Garfagnana*
- 15 *Fagiolo Scritto di Lucca*
- 16 *Fagiolo Stortino di Lucca*
- 17 *Fagiolo Stringa di Lucca*

Hoje, as variedades de feijão catalogadas durante o projeto, com exceção de *Marmino*, *Cappone*, *Diecimino* e *Fagiola garfagnina*, esporadicamente presentes apenas em poucas hortas familiares, ainda são cultivadas (algumas de forma mais marginal em comparação com outras). Outro elemento fundamental para a sobrevivência dos feijões da Lucchesia é representado pelo Orto Botanico (Jardim Botânico) de Lucca, que hospeda a Banca Regionale del Germoplasma (Banco Regional do Germoplasma). Para o êxito do projeto, as empresas sementeiras locais que souberam compreender a importância do trabalho de resgate e conservação e investiram, impostando sua atividade para o desenvolvimento das espécies autóctones, também jogaram um papel importante⁶⁹.

⁶⁹ Entre elas, além da Gargini Sementi, o viveiro Centro Vivaistico “La Piana”, deu seu apoio na região da Garfagnana (DEL PISTOIA, 2008)

Onze dos agricultores protagonistas do projeto continuaram ativamente a ação de conservação com a função de *coltivatori custodi* (cultivadores guardiões). Trata-se, essencialmente, de camponeses e pequenos agricultores, homens e mulheres das comunidades locais, titulares de microempresas ou agricultores amadores que, com o intuito de manter a biodiversidade agroalimentar de seu território e sem finalidades comerciais ou de lucro, cultivam (ou criam) espécies declaradas em risco de erosão genética ou de extinção, sob orientação dos órgãos territoriais de conservação dos recursos genéticos⁷⁰. Os *coltivatori custodi* da Lucchesia, nascidos com o projeto da ARSIA, ainda hoje continuam ativos.

A coexistência dessas três instâncias – produtores engajados, Orto Botanico de Lucca e apoio técnico das empresas sementeiras locais – permitiu o resgate pleno das variedades e sua difusão ulterior (DEL PISTOIA, 2008).

Além disso, a experiência de resgate dos feijões da Lucchesia reflete uma mudança que, atualmente, está interessando a agricultura toscana no seu conjunto. A conscientização e a maior atenção dos consumidores para com os produtos típicos têm levado à redescoberta e, em alguns casos, ao resgate de variedades quase totalmente esquecidas, mas muito apreciadas pelas peculiaridades organolépticas e pela força do vínculo com o território de origem.

⁷⁰ Apesar do nome parecido, os *coltivatori custodi*, encarregados da conservação *in situ*, são uma coisa diferente dos Agricoltori Custodi, membros da associação homônima envolvida no começo do projeto. Trata-se de duas figuras distintas. Claramente, pode haver casos de sobreposições: os membros da associação que continuaram o trabalho de conservação se tornaram, também, *coltivatori custodi*. O art. 9 da Lei n° 64 de 16 de novembro de 2004 da Regione Toscana define *coltivatore custode* o sujeito que:

1. [...] provvede alla conservazione in situ delle risorse genetiche a rischio di estinzione iscritte nei repertori.
2. Il coltivatore custode: provvede alla messa in sicurezza della singola risorsa genetica proteggendola e salvaguardandola da qualsiasi forma di contaminazione, alterazione o distruzione; diffonde la conoscenza e la coltivazione delle risorse genetiche di cui è custode, attenendosi ai principi di cui alla presente legge; effettua il rinnovo dei semi di specie erbacee conservati nella Banca regionale del germoplasma.
3. L'incarico di coltivatore custode è conferito a seguito della iscrizione in apposito elenco tenuto dall'ARSIA.
4. Nella scelta del coltivatore custode sono favoriti i membri delle comunità locali tradizionalmente impegnate nella conservazione delle risorse genetiche toscane, e chi abbia provveduto alla loro riscoperta.
5. La riproduzione di risorse genetiche effettuata dai coltivatori custodi avviene presso le zone originarie di prelievo o quelle riconosciute come tradizionali luoghi di presenza della coltivazione. (Regione Toscana. Legge Regionale n. 64 del 16 novembre 2004. Tutela e valorizzazione del patrimonio di razze e varietà locali di interesse agrario, zootecnico e forestale. B.U.R. TOSCANA n. 46 del 24 novembre 2004, texto disponível em: <http://www.ambientediritto.it/Legislazione/Fauna%20e%20Flora/2004/toscana%20lr2004_n.64.htm>, acesso em: abril 2015).

Em volta do resgate dos feijões da Lucchesia e do compromisso assumido pelos *coltivatori custodi*, ao longo dos anos sucessivos, entre os atores envolvidos, amadureceu, cada vez mais, a ideia de poder valorizar a cadeia produtiva do feijão.

Marco, o agrônomo da cooperativa L'Unitaria, devido a interesses e percursos pessoais, já conhecia e acompanhava o movimento Slow Food. Na região Toscana, na época, já existiam grupos de sócios (Convívio) e produtos Fortalezas. Pelos contatos pessoais e devido à afinidade de entendimentos, a comunidade reunida em volta dos feijões de Lucca acabou entrando na rede do movimento, se constituiu como uma Comunidade do Alimento do Slow Food, entrou na rede de Terra Madre e deu vida ao Convívio local (chamado "Slow Food Lucca Compitese Orti Lucchesi").

Em 2009, no contexto de uma feira agrícola realizada no município de Capannori, que hospedava um setor dedicado às leguminosas locais, pela iniciativa de Marco e graças ao trabalho das associações e do Convívio locais, nasceram os eventos Slow Beans e Fagioliadi. Desde então, o encontro Slow Beans-Fagioliadi ocorre anualmente, com grande participação e sucesso. Trata-se de uma exposição-mercado das produções e dos produtores regionais, nacionais e, às vezes, estrangeiros de leguminosas declaradas Fortalezas Slow Food, durante a qual o público degusta, aprende, compra e assiste a uma competição gastronômica (da qual, a melhor receita à base de leguminosas, sai premiada por um júri popular).

Da efervescência e do envolvimento suscitados pelo feijão e pelos animadores locais envolvidos, surgiram mais duas ideias cardinais: a criação de uma Fortaleza Slow Food a partir dos produtos trabalhados e a consolidação de rede do Slow Beans.

A ideia de instituir as variedades de feijão dos campos de Lucca como Fortaleza, já cogitada por Marco e os sócios do Convívio, na época, foi sugerida e apoiada também pelo ente de promoção turística territorial *Azienda di Promozione Turistica* (APT) de Lucca, que se declarou disponível a ajudar no processo de arrecadação dos recursos necessários. Tal demonstração de atenção é significativa, porque, como afirma Marco: "Geralmente as Fortalezas nascem onde existem também entes locais interessados em promover o território por meio dos produtos e que reconhecem esses produtos e, por isso, estão dispostos a investir neles. Porque fazer uma Fortaleza custa".

Entretanto, logo naquele ano, a APT de Lucca foi fechada, vítima dos inúmeros cortes orçamentários e de organismos públicos causados pela crise econômica geral.

O projeto da criação da Fortaleza não conseguia decolar por problemas de custos (na Itália, a criação de uma Fortaleza implica o emolumento para a associação Slow Food Itália da cota inicial – entre 10 mil e 13 mil euros – destinada à preparação do material de divulgação, mais a participação, nos anos sucessivos, com uma quota proporcional ao volume de negócios ligados à produção). Em relação às possibilidades de arrecadar fundos de financiamento, públicos ou privados, o momento era péssimo. Depois de meses de trabalho e espera, o projeto conseguiu um pequeno apoio financeiro da Câmara de Comércio de Lucca. Mas, o componente realmente decisivo para a criação da Fortaleza foi o patrocínio da Aliança dos Cozinheiros Slow Food (cf. cap.1). Por volta de 2010, pela primeira vez na história das Fortalezas, a rede dos chefes de cozinha aderentes ao movimento, reunidos na assim chamada Aliança, resolveram se mobilizar para adotar uma das Fortalezas italianas (existentes ou aspirantes) e oferecer-lhe apoio financeiro. Graças também à sugestão de Francesca Baldereschi, que já conhecia o trabalho e o empenho do grupo de Lucca, a comunidade reunida em volta dos feijões da Lucchesia foi escolhida para receber o patrocínio. A oferta foi aceita e imediatamente aproveitada. Graças a essa parceria, em Abril de 2012, na sede da Fundação Slow Food da Biodiversidade, diante dos representantes da Aliança dos Cozinheiros e da Fundação, foi oficialmente apresentada a Fortaleza do Fagiolo Rosso de Lucca.

“Para criar a Fortaleza tivemos que escolher apenas uma variedade de feijão” explica Antonella, um dos membros mais ativos do Convívium de Lucca. “A gente tinha 17 feijões e queríamos que todos entrassem. Mas não foi possível. Assim escolhemos um, o Rosso de Lucca, o mais representativo”. Mas, para não deixar ninguém de fora, à associação que foi fundada como pré-requisito para instituir a Fortaleza foi dado o nome de “*Il Rosso e i suoi Fratelli*” (literalmente, o vermelho e seus irmãos), para indicar que todas as variedades localmente produzidas são igualmente tuteladas e valorizadas – apesar de a Fortaleza reconhecer oficialmente apenas uma variedade. Essa última tem direito ao selo oficial “*Presidio Slow Food*” no rótulo da embalagem com a qual é comercializada. A associação Il Rosso e i suoi Fratelli, atualmente, reúne 11 agricultores que, juntamente com as outras, produzem e vendem a variedade Fortaleza.

O feijão da variedade *Rosso di Lucca* (ou *Rosso Lucchese*) vem de uma planta de 50-60 cm de altura, com amadurecimento levemente escalar e folhas verde escuras. Sua vagem, inicialmente, é verde, mosqueada de vermelho. Quando madura, adquire uma cor creme não uniforme com manchas vermelhas. A semente tem forma elíptica, é de cor vermelha com manchas mais escuras.

Historicamente, o feijão *Rosso di Lucca* era produzido nas áreas mais férteis da Piana, especialmente em proximidade de Lucca e Capannori, em terrenos próximos aos cursos de água. Era cultivado em combinação com o milho, no mesmo campo. Não se conhece a história de sua introdução na Lucchesia, mas as notícias mais antigas relativas a seu cultivo remontam ao século XIX (ARSIA, 2008). Ele pode ser considerado único, já que não existem variedades parecidas em outras regiões da Itália. A forma de consumo principal era em sopas e caldos. Até poucos anos atrás, como no caso das demais variedades, sua produção era limitada quase exclusivamente ao autoconsumo familiar, por poucos amadores locais. Os altos custos do método tradicional de produção desencorajaram sua produção. Durante os últimos anos, graças ao trabalho de seleção que permitiu recuperar uma semente relativamente pura, por meio da valorização e divulgação realizadas por agricultores e atores locais e graças ao interesse crescente da parte dos consumidores, o plantio voltou a ser praticado em proporções maiores. A técnica de cultivo não sofreu mudanças significativas. Portanto a produção ainda detém um caráter altamente artesanal⁷¹.

Os produtores e apoiadores da Fortaleza, juntos, elaboraram o estatuto da Associação Il Rosso e i suoi Fratelli e o protocolo (*Disciplinare*) específico de produção. Além das notícias históricas sobre a tipicidade do produto e sua representatividade para o território, o *Disciplinare* contém: a indicação da região de produção, a descrição morfológica e produtiva da variedade, suas características organolépticas, todos os detalhes normativos relativos a: modalidades de preparação do solo, semeadura, tratamento das plantas, coleta e condicionamento do produto para embalagem e venda (produto fresco e seco), rotulagem e uso do selo oficial do Slow Food. O *Disciplinare* permite o uso de fertilizantes e antiparasitários de acordo com os métodos da proteção integrada, isto é, recorrendo, em caso de necessidade real, a produtos fitossanitários, com preferência para aqueles permitidos na agricultura orgânica.

Para controlar as ervas infestantes, são sugeridas intervenções manuais e mecânicas de extirpação (a remoção química é consentida apenas em situações de ameaças graves à

⁷¹ Para o preparo da terra é realizada uma aradura leve (25-30 cm). Em seguida, é realizado o afinamento da terra para a aplicação de fertilizante. A fertilização é efetuada com produtos orgânicos ou orgânico-minerais. A semeadura é feita entre maio e junho, com espaçamento de cerca de 5 cm na fileira e 50 cm entre fileiras. A irrigação ocorre apenas em caso de necessidade. A coleta é feita a mão ou com meios mecânicos, a partir do mês de agosto e até começo de setembro. O produto é consumido quase exclusivamente seco. Durante a coleta, as plantas cortadas são juntadas e colocadas para secar no campo em *andane* (fileiras paralelas entre os sulcos). Uma vez secas, se realiza a *battitura* (batida) das plantas, com uma *trebbia* (debulhador) específica, para separar a semente das vagens. Sucessivamente, os grãos são passados pelo *vaglio* (seleção manual ou mecânica), para que os defeituosos sejam descartados (ARSIA, 2008).

safra). Os tratamentos antiparasitários e herbicidas permitidos pelo *Disciplinare* da Fortaleza são apenas aqueles contemplados no *disciplinare regionale di lotta integrata* (regulamento regional de luta integrada) adotado pela Regione Toscana.

Para conservação e estocagem do produto são proibidos o uso e a adição de qualquer substância química sintética.

O feijão *Rosso di Lucca* contemplado e tutelado pela definição da Fortaleza Slow Food respectiva, atualmente, é produzido na Piana de Lucca, incluindo os municípios de Altopascio, Capannori, Lucca, Montecarlo e Porcari, com seus povoados. Essa é a região de produção também de outras variedades de feijões “seus irmãos” (*Aquila, Cannellino di San ginese e Sant’Alessio, Scritto di Lucca, Malato di San Giuseppe, Stortino, Stringa*).

O *Rosso di Lucca* e as demais variedades da Piana, no mercado, são vendidos ao consumidor por valores entre 8 e 12 euros/kg. Trata-se, com certeza, de um produto de faixa média alta, devido à incorporação dos custos e das características já mencionados. Após a criação da Fortaleza, da obtenção do selo de *Presidio Slow Food* e como consequência da promoção recebida, a visibilidade, o mercado e a procura dos feijões de Lucca aumentaram sensivelmente, até o ponto de a produção não dar conta da demanda. Diferentemente, o aumento do preço do produto no mercado foi contido (1-2 euros a mais por kg de produto pronto).

O sucesso da experiência de valorização fez com que a cultura de variedades antigas e quase extintas fosse mantida, garantindo a rentabilidade da atividade agrícola, mesmo para novos empreendedores “entrantes” e jovens agricultores; significou a multiplicação de canais e fontes de emprego e recursos para o crescimento territorial (restaurantes, comércio, setor turístico e recreativo, educação ambiental, etc.); e, sem dúvida, consolidou o senso e as práticas edificantes de uma comunidade cada vez mais coesa em volta de uma produção sua e, muito além disso, de uma visão comum do território, não apenas para finalidades promocionais e lucrativas, mas sobretudo em prol da coletivização e da gestão compartilhada de bens e percursos.

Como já mencionado, a exitosa experiência iniciada pela ARSIA contou e conta com o apoio decisivo da cooperativa agrícola local L’Unitária, apoio que procede da convicção de um núcleo muito ativo de agricultores sócios e de Marco, o técnico agrônomo da cooperativa. Marco, desde o começo, atuou como elo entre a ARSIA e os agricultores locais com os quais ele trabalha diariamente. Por iniciativa pessoal e com trabalho voluntário, sempre esteve

empenhado para a realização do projeto de recuperação das sementes. Devido a seus contatos prévios com a filosofia e o movimento Slow Food e graças ao empenho constante para envolver e conectar os diferentes atores locais e extralocais de suas redes, Marco tem mantido um papel importante como catalisador e facilitador, na realização de iniciativas e eventos cada vez maiores.

A L'Unitaria é uma cooperativa *rossa* (vermelha: a referência é à cor política da esquerda), nascida em 1981 pela reação de insatisfação de alguns com o serviço da cooperativa agrícola já existente – e de área política adversária.

“Na época que a gente teve a ideia de criar a cooperativa, eu me lembro, a gente foi de casa em casa para recolher adesões, para procurar os agricultores que se empenhassem a entregar a produção à cooperativa”, conta Renzo, nascido em 1956, um dos fundadores e presidente da L'Unitaria há 25 anos.

A cooperativa, hoje, reúne 600 agricultores. Seu papel é importante tanto pela função agregadora e por causa da presença dos agricultores mais engajados e de Marco, assim como pelo suporte técnico e prático que fornece aos cooperados (orientação, maquinários, estruturas, serviço e canais de comercialização das produções).

A L'Unitaria nasceu como cooperativa dedicada apenas à produção de cereais. Porém, muitos dos agricultores que vendiam cereais, em suas fazendas produziam também hortaliças. Portanto, há dez anos, a cooperativa assumiu também a gestão de recolhimento e venda nesse setor. São sessenta os cooperados que atualmente vendem hortaliças através da cooperativa (principalmente tomate, abobrinha, feijão). As regras da cooperativa em relação a qualidade, tempo, quantidade e formas de pagamento são claras e rígidas. Os cooperados se empenham a vender a própria produção à cooperativa, conforme estabelecido no começo de cada período produtivo e para cada tipologia de produto, segundo os planos elaborados pelas comissões e subcomissões de sócios responsáveis por cada setor e produto através de reuniões com os produtores. Os lotes de produtos entregues são controlados, selecionados com base nos padrões de qualidade e estocados para a venda. A cooperativa dispõe de galpões, frigoríficos e meios de transporte. Os canais de escoamento são principalmente mercados, comércio e redes de supermercados locais e regionais. Ao final do período, calculados os custos e as entradas da cooperativa, o lucro é dividido igualmente e redistribuído entre os cooperados, conforme quantidade e época do ano em que o produto foi vendido (as faixas de preço mudam durante o ano, dependendo da safra e da estação).

Para o feijão, a cooperativa dispõe de maquinários e canais de vendas específicos (Figura 19).

Na sede da cooperativa, os lotes de feijão entregues por cada produtor são selecionados graças à máquina selecionadora, dotada de leitor ótico, que controla um quintal e meio de grãos em quinze minutos, descartando os grãos com manchas ou defeitos (esse trabalho, feito manualmente, precisa de três pessoas e de um dia de trabalho). O feijão selecionado é guardado durante quinze dias em cela frigorífica a -25°C . Em vez do tratamento comumente usado (ambiente asfixiado e adição de fosfinas), o rebaixamento extremo da temperatura permite matar eventuais larvas e insetos sem recorrer a aditivos químicos. Sempre na sede e com as máquinas da cooperativa, os grãos que não serão vendidos para o comércio atacadista, são embalados em saquinhos plásticos transparentes e fechados com etiquetas específicas: as assim chamadas *etichette narranti* (etiquetas narrativas).

Em linha com a proposta do Slow Food, a etiqueta narrativa é inspirada no objetivo de enfatizar a história do produto dentro da cultura e da tradição do território de origem. Além das informações usuais, contém: a descrição das características da variedade de feijão e de sua semente, a indicação do território de origem, a descrição detalhada da modalidade de cultivo, o método de manejo do solo e de tratamento das plantas, os métodos de coleta e pós-coleta, as sugestões para uso e receitas. Na etiqueta aparece sempre a logo da Associação Il Rosso e i suoi Fratelli e, na embalagem do feijão *Rosso di Lucca*, aparece o selo oficial do Slow Food acompanhado por um brevíssimo texto que explica o que é uma Fortaleza (Figura 20).



Figura 19. A, B A máquina selecionadora da Cooperativa l'Unitaria (conseguida com o auxílio financeiro de projetos da União Europeia); loja de produtos alimentícios dentro da sede da Cooperativa l'Unitaria (fotos da autora).



Figura 20. A, B Embalagem de duas variedades de feijões toscanos (a Fortaleza Fagiolo Rosso di Lucca e o *Cannellino*); detalhe da etiqueta narrativa do Fagiolo Rosso (fotos da autora).

A cooperativa vende cerca de 40% do feijão recolhido para a rede de supermercados locais (Conad, Pam e, principalmente, Coop). Desde dezembro de 2013, um quintal de feijão embalado é destinado à loja Eataly de Florença (cf. par. 3.5). Entre os compradores fixos, há restaurantes e lojas de Lucca e dos municípios limítrofes. Uma parte do produto é vendido no ponto de venda de gêneros alimentares da própria cooperativa l'Unitária, situado na sede.

Todas as variedades de feijão são compradas dos cooperados pela cooperativa, por um preço de cerca de 6-7 euros/kg e o produto não embalado é vendido por 8-9 euros/kg.

Além da etiqueta narrativa, para a embalagem de cada variedade de feijão, l'Unitaria realiza também etiquetas personalizadas para cada produtor, com o nome dele, o nome e o endereço da fazenda. A etiqueta pessoal é colada nos pacotes de feijão que l'Unitaria embala e vende. É também distribuída aos produtores para que cada um possa colocá-la na embalagem de outros produtos e nos produtos que não são vendidos por meio da cooperativa. Isso, explica Marco, para dar relevância aos produtores, para que eles não sumam atrás dos produtos, já que a embalagem é igual para todos e todos produzem mais ou menos os mesmos produtos.

Quem são os cultivadores guardiões das sementes, hoje produtores da Fortaleza e “de seus irmãos”? Durante nossa visita de campo na Piana de Lucca, através da l'Unitária e graças

à intermediação de Marco, Antonella, David, Roberto e Paolo – membros muito ativos do Convívium local – tivemos a oportunidade de conhecer alguns deles.

Francesco e sua esposa Bernarda cultivam 53 hectares de terra, 50 dos quais arrendados e apenas 3 de propriedade. Inicialmente, na segunda metade da década de 1980, assumiram e aumentaram a empresa do avô e do pai dele (Figura 21). Sucessivamente, deixaram de criar bovinos, fecharam o estábulo, e começaram a se dedicar à produção de cereais, hortaliças e leguminosas. A quase totalidade da produção da fazenda, que inclui legumes sazonais, farinhas variadas, pão e pasta feitos com as farinhas da casa, feijões frescos e secos (principalmente *Cannellino*, *Rosso*, *Scritto*, *Borlotto*), é vendida diretamente por Francesco e Bernarda, nas diferentes feiras de produtores que semanalmente acontecem na cidade. “Eu ganho um pouquinho com cada produto”, afirma Francesco, segundo o qual a vantagem está na diversificação e na “unicidade no território”, referindo-se aos produtos diferenciados (farinhas e massas artesanais) que ele manda produzir a partir das suas matérias primas e revende.



Figura 21. Francesco no campo de trigo (foto da autora).

O *agricultore custode* Carlo, 60 anos, herdou as sementes das variedades antigas dos feijões de seu pai e seu avô, que era *mezzadro*⁷² e comprou a terra por volta de 1989. Além

⁷² A *mezzadria* é um contrato agrário de associação por meio do qual um proprietário de terras (o *concedente*) e um cultivador (o *mezzadro*) dividem entre eles (geralmente pela metade) os produtos e os lucros da fazenda agrícola (chamada *podere*). A direção da fazenda compete ao *concedente*. No acordo de *mezzadria*, o *mezzadro* representa também sua família (a assim chamada família *colonica*). A *mezzadria* era difusa, desde a Idade Média, em várias regiões da Europa, como relação produtiva enquadrada no sistema feudal. Na Itália, ela era especialmente importante nas regiões Toscana, Marche e Umbria (ANSELMINI, 2001).

dos feijões *Stortino*, *Stringa* e do delicado *Lupinaro*, ele produz hortaliças (abobrinha, batata), trigo e milho para ração animal. Hoje cultiva sozinho seus 7 hectares de terra, mais 12 hectares arrendados. Carlo vende praticamente toda sua produção de hortaliça à rede local de lojas Conad (Figura 22).



Figura 22. A, B Antonella e Carlo durante a entrevista com Carlo, na terra onde ele cultiva feijões (foto à direita) (fotos da autora).

Giovanni, nascido em 1948, já empregado da grande empresa nacional de energia elétrica Enel, desde sua aposentadoria trabalha na empresa agrícola familiar que sua filha Silvia abriu em 1997. Silvia é uma dos *coltivatori custodi*. Ela, seu marido e seu pai são os únicos funcionários que trabalham na fazenda: 2 hectares em comodato de uso produzindo hortaliças, 4 hectares para feno e três cavalos. Eles produzem prevalentemente tomate da variedade *canestrino* (a produção de 2013 foi de cerca de 330 quintais), abobrinha (90 quintais) e feijões para serem vendidos frescos (*Stringa* e *Stortino*) e secos (*Lupinaro*, *Mascherino*, *Malato di San Giuseppe*, *Rosso*). Grande parte da produção é vendida por meio da cooperativa agrícola L'Unitaria.

Leonardo, 37 anos, com a ajuda do pai gere o cultivo de 55 hectares de terra, que produzem cereais, girassol, feijão e olivas. “Eu nasci agricultor” diz Leonardo, “porque meu avô é agricultor, meu pai é agricultor. Com quatro anos, em vez de ir para creche, eu ia no trator com meu avô. Mas eu, depois de largar a escola de técnico agrário, no ensino médio, fui trabalhar como ferreiro. Depois prestei o serviço militar. Quando voltei, até 2006, fui trabalhar na fábrica de papel. Em 2006, meu pai se aposentou e me disse que, se eu não quisesse assumir a empresa agrícola de família, ela iria ser fechada. Então eu pedi demissão e agora a empresa está nas minhas mãos”. O fruto de suas 800 plantas de oliveira é levado para a

espremedura anual ao *frantoio sociale* (o lagar coletivo, surgido na década de 1970 e gerido por uma cooperativa local de agricultores). O azeite é comercializado diretamente por Leonardo. Toda a produção cerealífera da fazenda é vendida para a L'Unitaria. Metade da produção de feijão é vendida à L'Unitaria. A outra metade é comercializada diretamente pelo Leonardo, principalmente para restaurantes locais, seus clientes.

“A única coisa que nos dá uma renda” diz Leonardo, “é ter um produto diferente, quase de nicho. Porque todo o resto... Pelo amor de deus. Tem a concorrência barata demais dos produtos que vem da China, da Argentina, do Brasil... Precisa reeducar os consumidores, para que reconheçam a qualidade. Para ir para frente, é preciso voltar para trás, de verdade”.

Paolo Guidi, 54 anos, sua esposa Caterina e a filha deles vivem da empresa agrícola de família, herdada por Paolo, ampliada e enriquecida, desde 2002, com a abertura de uma estrutura agroturística (pousada, restaurante e empresa agrícola familiar; Figura 23).



Figura 23. A, B A estrutura agroturística de Paolo e Caterina; Paolo na horta (fotos da autora).

A propriedade foi comprada em 1906 por Giovannino, o bisavô de Paolo. Nativo de Lucca e emigrado para os Estados Unidos, Giovannino comprou a terra quando voltou para casa, após o terremoto que, em 1906, devastou a Califórnia. A propriedade é constituída por uma área de 4 hectares ao pé das colinas, com um bosque preservado. Na época dos antecessores, a terra era utilizada para a cultura de videira, para a criação de vacas, porcos, coelhos e burros, para plantio de feijão, para o cultivo de cânhamo, para fibras, e de amoreira, para a seda. Atualmente, à antiga área cultivada se somam os 3 hectares de oliveiras que Paolo arrenda. A fazenda conta com uma produção bem diferenciada: vinho com certificação

orgânica⁷³, azeite, hortaliças sazonais (legumes, folhas, tomates etc.) e feijão seco da variedade *Rosso* (4 quintais a última produção). Paolo utiliza sua produção tanto para o restaurante da estrutura agroturística como para a comercialização, principalmente com venda direta ao consumidor ou para lojas da cidade (cerca de 20%). O preço do feijão *Rosso*, comenta Paolo, aumentou de mais ou menos um euro por quilograma depois que o produto foi declarado Fortaleza. O preço ao consumidor que, graças a isso, hoje ele consegue é de 4-4,50 euros por cada embalagem de 350 gramas (cerca de 12 euros/kg).

Paolo é um *agricultore custode* e um ativista *Slow Food ante litteram*, como testemunha uma parte de seu depoimento:

Nos anos setenta, quando todo mundo começou a plantar só *Cannellino*, o *Rosso* e o *Scritto* foram abandonados. Todo mundo fazia o *Cannellino* que, vendido fresco, era o que mais era demandado no mercado. Eu, no final da década de 1990, já antes dos *agricultori custodi*, tive a ideia de me dedicar ao resgate dessas variedades abandonadas. Consegui recuperá-las graças à Gargini Sementi, que também estava atrás dessas variedades antigas. Eles me pediram para plantar também outras variedades, como o *Giallorino*, para recuperar as sementes. [...] Eu, pequenino, me lembro que via esses maços de feijão secando pendurados nos muros do casarão, ou nos campos, com aqueles paus, como para tender a roupa. E me lembro desses *livornesi* (habitantes da região da cidade toscana de Livorno, NdA) que vinham para comprar o feijão *Rosso*. [...] Minha motivação para fazer o que faço vem desde antes do *Slow Food*. Essa questão de ser um produtor consciente, com uma ética por trás, de trabalhar para não perder a riqueza de nossos alimentos tradicionais e as variedades típicas da região... Bom, tem pessoas que já são educadas para isso, tem pessoas que se deixam educar e tem os que estão dentro só pela oportunidade de ganhar. Com o *Slow Food* é a mesma coisa: tem sócios que entraram porque eles já eram e praticavam o *slow food* desde antes, tem os que estão dispostos a aprender algo e mudar e tem os que só aproveitam as oportunidades.

Duilio, morador originário do povoado de San Ginese, é um ex-estucador, aposentado há 22 anos (Figura 24). Mas, ele sempre teve a paixão pela terra (e pela música lírica). Aos 80 anos de idade, junto com a esposa Asmara – infelizmente, diz Duilio, não pudemos ter filhos – cultiva cerca de 50 mil metros com feijão e hortaliças, mais o terreno da vinha e das oliveiras,

⁷³ A certificação orgânica emitida pelo organismo certificador ICEA custa anualmente ao titular da empresa agrícola cerca de 500 euros, no caso do Paolo, e entre 300 e 400 euros no caso de Federico, outro agricultor entrevistado durante a visita de campo (cf. infra).

das quais ele produz vinho e azeite. Uma verdadeira, pequena empresa diferenciada. Só que para Duilio se trata apenas de um hobby, sem interesse comercial.



Figura 24. Da esquerda: Renzo, Duilio e Giovanni Giovannoni, entrevistados na sede da Cooperativa l'Unitaria (foto da autora).

Renzo e Giovanni Giovannoni formam uma espécie de empresa consorciada informal junto com Paolo Giovannetti. Ao final da década de 1990, sua empresa de produção de flores entrou em crise e Paolo, que hoje tem 46 anos, teve que abandonar a atividade da qual vivia. Como seu avô e bisavô fizeram a vida inteira e sem descanso, Paolo passou a se dedicar à agricultura e ao feijão, convertendo ao novo plantio os 4 hectares de terra de sua propriedade, mais cerca de 5 hectares arrendados.

Renzo, Giovanni e Paolo compartilham o galpão e os maquinários agrícolas. O celeberrimo galpão dessa alegre sociedade acolhe frequentemente amigos, vizinhos, agricultores aposentados e anciãos do povoado, que aí se reúnem para ajudar, na hora da *sbaccellatura* (debulha) e seleção do feijão, ou simplesmente para passar o tempo juntos, naquele que já se tornou um ponto de agregação para a comunidade (Figura 25).



Figura 25. No galpão de Renzo, Giovanni e Paolo. Na foto, Renzo (à direita), Giovanni (no meio) e seu irmão (foto da autora).

A produção de cada um dos três é parecida por quantidades e variedades. Ela inclui milho (10-15 quintais por cada um deles), girassol (20-25 quintais) e feijões. Paolo planta principalmente *Cannellino* (100 quintais, quando a safra é boa). Renzo e Giovanni produzem cerca de 50 quintais cada um de feijão *Rosso* e *Malato*.

Federico é o mais jovem de todos (Figura 26). Em 2002, decidiu que queria se dedicar ao meio ambiente e entrou no curso universitário de ciências ambientais. No terceiro ano passou para o curso de agronomia. Até que, em 2003, aos 20 anos de idade, resolveu largar os estudos e se dedicar aos terrenos de propriedade do avô, 3 hectares, para ajudá-lo na produção de hortaliças e frutas. Além desses, quando a gestão passou para ele, alugou mais um hectare adjacente às terras do avô e comprou 5 hectares de terrenos na colina pouco distante. Aqui, em parte graças aos financiamentos da União Europeia, reformou o antigo casarão rural adquirido junto com a terra, comprou as máquinas e conseguiu inaugurar sua empresa⁷⁴. Hoje, ele, sua esposa Elena – que largou a profissão de advogada – e três filhos vivem da atividade agroturística (produção e restaurante) e da produção de hortaliças sazonais, feijão, olivas para azeite e frutas, tudo para a venda e para o autoconsumo.

⁷⁴ Federico, assim como outros, para começar seus empreendimentos recebeu financiamentos a fundo perdido – geralmente 40% do valor total do gasto de investimento inicial – previstos pelo PSR da União Europeia para jovens agricultores e para a abertura de novas empresas agrícolas (cf. cap.3, par. 3.5.3.2).



Figura 26. Entrevistando Federico, entre os pomares e as hortas de sua empresa agrícola familiar (foto de Roberto Giomi).

A empresa conta com um funcionário fixo, o paquistanês Sharif, mais outros poucos colaboradores ocasionais. Federico, cujos pais são psiquiatra e assistente social, desde 2005 participa em um projeto muito interessante: ele dispõe de duas bolsas de trabalho fornecidas pela ASL (*Azienda Sanitaria Locale*, é o entreposto territorial do sistema público de saúde) para poder empregar pacientes dos centros públicos de saúde mental que queiram trabalhar no campo e na venda (a experiência de trabalho, na ótica terapêutica, proporciona uma ocasião de habilitação, socialização e inserção). Elena se ocupa do restaurante, totalmente abastecido com produtos caseiros, e, juntos com amigas formadas em ciências ambientais, cuida dos cursos de educação ambiental que a fazenda oferece a escolas, crianças e adultos. Entre 2003 e 2007, Federico obteve a certificação orgânica para a totalidade de sua produção e das terras. Em 2009, não satisfeito, realizou uma conversão ulterior e hoje está no processo para conseguir a certificação do método biodinâmico.

A produção de Federico que sobra das necessidades do restaurante agroturístico é comercializada inteiramente de forma direta. Federico vende a 7 grupos de compra solidária de Lucca (na Itália GAS, *Gruppo di Acquisto Solidale*), em feirinhas semanais de produtores e para dois jovens chefes de restaurantes, seus clientes de confiança. Ele escolheu não vender para lojas ou intermediários porque, como diz ele, “a relação com o consumidor tem que ser direta, cara a cara”.

A rede de contatos e associações na qual Federico é inserido é sólida. Inclui os agricultores biodinâmicos da região de Lucca, a Associação Agricultura Vivente (a associação

nacional de agricultores biodinâmicos), a cooperativa L'Unitaria, a associação Il Rosso e i suoi Fratelli, o Slow Food, a WWOOF⁷⁵.

Para todos os agricultores entrevistados, a adesão ao Slow Food representa, substancialmente, uma forma “de ser produtor de comida” na qual eles, naturalmente e desde antes, se reconheciam. Junto com a bandeira, que visibiliza o engajamento de uma escolha ética e prática e o torna inteligível para todos, o movimento constitui um canal a ser aproveitado por causa da rede e da visibilidade enorme que oferece. Para eles, concretamente, se traduziu também no aumento da fama do produto e, portanto, da demanda.

“O Slow Food significou muito”, diz Renzo:

Esse processo todo fez com que todo mundo chegou a conhecer essas variedades. Eram feijões que a gente plantava na horta de casa, e não importava nem um pouco a possibilidade ou não de vendê-los. Era um produto que comercialmente era morto. Mas que a gente sabia que tinha um valor agregado importante. E o valor é o sabor, a qualidade, a biodiversidade ligada ao território... O preço no mercado aumentou? Esse é importante dizê-lo, não aumentou muito. Porque os custos de produção já são altos. Mas aumentou a fama, a procura. Especialmente da parte dos restaurantes, que antes esnobavam a gente. A demanda é tão alta que a produção não consegue cobri-la. Agora, o preço... Nosso feijão já é quase um produto de nicho, porque não é barato. Mas a gente não quer que se torne um produto de nicho daqueles inacessíveis para o consumidor, que está 14 euros, como o *Zolfino* e o *Sorana* (duas variedades toscanas de feijão, NdA). Nós queremos que continue sendo acessível. Bom, de qualidade, mas popular.

Os produtores, desde o começo, são constantemente apoiados pelo trabalho – exclusivamente voluntário – de alguns membros muito ativos do Convívium local. Além do Marco, com idêntico espírito de iniciativa e engajamento, Antonella, Roberto, Paolo, Paola e David, entre outros, dedicam seu tempo livre e suas férias à realização de eventos e projetos. Trabalham como fotógrafos, gráficos, divulgadores e educadores, tudo para promover a experiência da qual são protagonistas e dentro do contexto do Slow Food. A força do trabalho voluntário e de grupo é, sem dúvida, um elemento basilar.

⁷⁵ A World Wide Opportunities on Organic Farms-WWOOF é uma rede de troca de hospitalidade para períodos de trabalho em fazendas orgânicas (cf. <www.woof.net>, acesso em: setembro 2015) Federico diz: “Principalmente, recebemos hóspedes estrangeiros. Nos últimos tempos, tivemos uma mãe e filha australianas, um menino do Canadá e ontem foi embora um casal, ele português, ela inglesa. Segunda-feira chegam duas moças da Inglaterra. Sempre, com a WWOOF tivemos pessoas do mundo inteiro: Coreia, Zimbábue, Quênia, Nova Zelândia, América... E do Brasil também, duas moças de São Paulo”.

As irmãs Alda e Paola são mais duas sócias de destaque (Figura 27). Com a ajuda da terceira irmã, Ilaria, elas conduzem o restaurante *I Diavoletti*, aberto na estrutura da antiga *Casa del Popolo* de Camigliano (Capannori)⁷⁶. Alda, 43 anos de idade e chefe há apenas 4 anos, é o portento da cozinha de *I Diavoletti*. Desde sempre engajada na defesa da comida de qualidade e na promoção dos produtos típicos da região, ela comenta: “Sou filha de *norcini* (produtores artesanais de presunto e embutidos, NdA). A cadeia alimentar curta, na minha casa, é praticada desde sempre. Meus pais a praticavam já antes que se começasse a falar sobre isso”. E com certeza, eles a praticavam desde antes de conhecer o Slow Food e a sua filosofia, da qual Alda participa já desde a época da criação da Fortaleza do *Birardo della Garfagnana*, produto típico da região de origem de Alda. Totalmente dedicada à causa da promoção dos produtores e das produções locais, Alda escolhe e conhece pessoalmente, um por um, todos os agricultores que diariamente abastecem o restaurante com ingredientes garantidos e de alta qualidade.

Da cozinha de Alda saem pratos da tradição e criações originais, à base dos feijões locais e dos outros produtos Fortalezas da região.



Figura 27. Paola (à esquerda) e Alda na cozinha do restaurante “I Diavoletti” (foto da autora).

⁷⁶ As *Casa del Popolo* (literalmente, Casas do Povo), oriundas da tradição socialista dos países do norte da Europa, apareceram na Itália na década de 1890, como ponto de agregação local e para oferecer aos trabalhadores e aos cidadãos do campo e da cidade serviços de caráter social. Muito difundidas na Toscana e nas demais regiões do norte da Itália, as Casas foram sendo desativadas, em sua grande maioria, durante as últimas décadas de 1900. Originariamente hospedavam: o espaço recreativo e o bar cooperativos, onde os sócios se encontravam para passar o tempo livre e para discutir política; o ponto de venda da cooperativa, onde comprar produtos de primeira necessidade por preços baratos e, as vezes, comprar a crédito; e a sede das ligas sindicais e dos partidos, socialista, no começo, e sucessivamente comunista (FANELLI, 2014; PUGLIELLI, 2006).

Paola, sua irmã, além do trabalho no restaurante, é intensamente envolvida pela atividade voluntária de educação que, há anos, promove nas escolas de seu município, Capannori. Os pais da cidade, reunidos na associação *Scuola ti voglio bene comune* (Escola te quero bem comum), deram vida ao projeto *Mangia Giusto* (Come justo) que, por sua vez e graças à intermediação de Paola, desembocou no projeto chamado *Orti in Condotta*, oferecido pelo Slow Food: acompanhados por Paola e alguns educadores e especialistas do Slow Food, 400 alunos de 16 turmas, junto com seus professores, realizaram hortas escolares e entrevistas com avós e pais sobre a tradição camponesa regional, seu calendário e suas técnicas.

A Prefeitura de Capannori, desde sempre e com continuidade, apoia todas as atividades e os eventos aqui mencionados.

Hoje em dia, o Convívium e a Fortaleza se autofinanciam e provêm autonomamente à arrecadação de todos os recursos necessários para a realização dos eventos e para a manutenção da Fortaleza.

Produtores e sócios do Convívium são os animadores incansáveis de numerosas iniciativas. Realizaram a exposição fotográfica itinerante *Facce da Fagiolo* (Caras de feijão), uma série de retratos dos produtores da Fortaleza, que é exibida em todos os eventos e feiras importantes (Figura 28). O evento Fagioliadi continua sendo realizado anualmente. O grupo transformou o Slow Beans em uma rede nacional de produtores, com participações de produtores de leguminosas Fortalezas internacionais, e a dotou de um Manifesto focado no trabalho sinérgico de todos os produtores. O Manifesto e a rede do Slow Beans foram apresentados oficialmente durante o Salone del Gusto-Terra Madre de 2014. Os voluntários do Convívium trabalham nas mais variadas formas, envolvendo e sensibilizando a população local para manter vivas as experiências da tutela das variedades locais e das hortas escolares, apoiando o trabalho das demais Fortalezas de regiões limítrofes e italianas, mantendo um site rico e completo de textos, fotos, vídeos e notícias (<https://fagiolorossodilucca.wordpress.com>).



Figura 28. O stand dos produtores da Fortaleza do Fagiolo Rosso di Lucca e as fotos da série *Facce* da Fagiolo no Salone del Gusto-Terra Madre de 2014 (foto da autora).

Hoje, a região Toscana é uma das únicas duas regiões italianas (a outra é a Campânia) que gere em nível regional – portanto, de forma mais autônoma e descentralizada com respeito à sede de Bra – seus projetos Fortalezas. Atualmente, as Fortalezas toscanas ativas são 19 (é a quarta região italiana por número de Fortalezas, depois de Sicília, Piemonte e Campânia)⁷⁷. As redes ativas em volta de cada uma das Fortalezas toscanas se parecem e se comportam segundo dinâmicas bastante similares com a que descrevemos.

Tudo isso tem a ver com peculiaridades históricas e sociais ligadas especificamente à região. A Toscana, como também a confinante Emília-Romaha e, mais em geral, as regiões do norte da Itália, são famosas pelo desempenho exemplar tanto dos organismos públicos (administrações regionais e locais), como das associações cidadãs de base (cooperativas de várias naturezas, associações de bairro, de vizinhos, de pais, de consumidores etc.).

Ao considerar apenas o contexto restrito aqui estudado, já cruzamos vários exemplos virtuosos: a existência e a efetividade de leis regionais de tutela do patrimônio de recursos genéticos; a eficiência do órgão de assistência e desenvolvimento rural ARSIA; a força de práticas coletivas e do cooperativismo, testemunhada pela presença do lagar social, da cooperativa agrícola e da *Casa del Popolo*, entre outros exemplos; a existência de numerosas associações, em vários âmbitos (cultural, trabalho, escola), e das conexões entre elas (como no caso do agricultor Federico e do centro de saúde mental). A atenção pública aos recursos locais, a sua tutela e valorização, se reflete também na presença de várias áreas naturais

⁷⁷ O número de Fortalezas toscanas, durante a elaboração da presente tese, entre junho de 2014 e julho de 2015, passou de 23 para 19.

protegidas, em uma região de extensão relativamente restrita (Lago della Gherardesca, Oasi del Bottaccio e Lago di Sibolla).

A fama da tradição cívica toscana remonta a percursos históricos específicos e de antiga data. A organização precoce, autônoma e eficiente das comunas medievais, junto com o surgimento dos grêmios, das guildas profissionais e das corporações cidadãs, florescentes entre os séculos XIII e XV, possivelmente e segundo muitos, favoreceram o desenvolvimento daquela cultura do civismo muito acentuada e socialmente bem enraizada na região e na Itália centro-setentrional, a qual já foi detectada pelo celeberrimo estudo de Putnam (PUTNAM, 1993; HYDE, 1973).

Além disso e em linha com quanto afirmado, no caso específico da Piana de Lucca, existem fenômenos de assentamento recentes, derivados de vicissitudes históricas, sociais e geomorfológicas, assim como de influências sociopolíticas de espectro mais amplos, que estão peculiarmente ligados a evoluções sucessivas do tecido cultural comunitário, urbano e rural. Um claro exemplo disso está na origem e nas repercussões da fórmula edilícia do assentamento rural tradicional da *corte*, cuja memória ressoa nas palavras dos agricultores de hoje.

Na segunda metade do século XIX, a Piana de Lucca e, mais especificadamente, as terras ao sul do atual município de Marlia (compreendidas entre os cursos d'água Azzeri e Rogio), adquiriram potencialidades agrícolas relevantes, graças também à recuperação de terras pantanosas até então improdutivas. Ocorreu, a partir daquele momento, um processo de nova colonização, protagonizada pelas faixas de população mais pobres e marginalizadas (os proprietários de classe alta já estavam bem estabelecidos nas terras altas das colinas). Disso originaram a grande difusão da fragmentação fundiária, em parcelas de terreno de pequena dimensão, e o assentamento na forma arquitetônica típica das *corti ruralia*, isto é, das cortes rurais (BOGGIANO, 2005)⁷⁸.

⁷⁸ Apesar da imagem sugerida pela palavra “corte”, ou seja, de um espaço interno fechado por uma muralha, a corte rural, difusamente presente em todo o território Toscano, não apresenta esse caráter. Trata-se, substancialmente, de dois corpos de construções, compridos e lineares, um em frente ao outro, distanciados por um espaço intermédio de 25-30 metros de largura. De um lado são colocadas as residências, uma do lado da outra, em casas de dois ou três andares. Do outro lado, estão os anexos rústicos (galpões, armazéns, celeiros, estábulos etc.). Esses últimos são caracterizados por uma tipologia peculiar de paramento externo, chamado *mandolata*, constituído por tijolos sobrepostos de modo a estar sempre distanciados entre eles e deixar aberturas regulares que garantam a areação eficiente dos locais internos (BOGGIANO, 2005). Nas inúmeras aberturas reticuladas formadas pelas *mandolate*, nos explicaram Renzo e Duilio, antigamente eram pendurados os maços de milho, de feijão e de tomate para secar.

A singularidade que nos interessa evidenciar nesta forma residencial reside, especialmente, na gestão e na vivência comunitárias do espaço habitacional e de trabalho, ainda vivas na sociedade rural local até poucas décadas atrás. Em primeiro lugar, não existiam confins físicos significativos para separar o espaço intermédio da corte, criado pelos corpos de construções laterais. A corte era um espaço único, habitado por um agregado de famílias, quase totalmente autossuficiente. Na corte, a propriedade da casa estava geralmente associada à posse de uma porção de terra próxima; a convivência se traduzia no uso compartilhado de porções da propriedade particular colocadas à disposição do uso coletivo, para hospedar funções e práticas relacionadas ao trabalho (*sbaccellatura* e desfolhada, por exemplo), assim como momentos lúdicos e tópicos do calendário agrícola e do ciclo de vida pessoal (casamentos, nascimentos, mortes etc.). Nesse espaço, todos os moradores da corte compartilhavam os eventos significativos da vida camponesa, usufruindo dos benefícios da força coletiva e da assistência mútua, derivadas de padrões de convivência e união social (BOGGIANO, 2004).

Esse modelo de assentamento agrícola, em épocas próximas, foi comum em muitas zonas da Toscana e permitiu a formação de pequenas comunidades organizadas. As assim chamadas *Comunità agricole* ou *contadine* (Comunidades agrícolas ou camponeses) eram verdadeiras associações espontâneas de vizinhança, cada uma delas dotada de suas regras de convivência, codificadas em um Estatuto escrito (*Statuto*). Os Estatutos eram estabelecidos pela assembleia dos chefes de família e sistematizavam as regras comunitárias a serem respeitadas por cada unidade (famílias ou indivíduos) relativamente à posse e ao uso da terra, às práticas agrícolas, a formas, tempos e comportamentos da vida em comum (BICCHIERAI, 1995; MICHELI, 1991).

Na Piana di Lucca, esse modelo foi também a base para a formação e a consolidação das várias identidades locais: dos fenômenos de desenvolvimento e agregação do assentamento na *corte*, na Piana, surgiram núcleos e centros maiores em volta das igrejas paroquiais, cuja jurisdição influenciou a formação das frações administrativas da região, através da criação dos chamados *popoli* (povos), núcleos bem distintos entre eles, no princípio, e mais tarde reunidos em vários municípios (BOGGIANO, 2005).

Como já mencionado, a história medieval e renascentista da região são ricas em fenômenos que acreditariam atitudes adiantadas de autogestão e de envolvimento direto dos cidadãos na vida política local, nas comunas e através dos grêmios. Por isso seria interessante voltar atrás no tempo, analisando a evolução histórica da Toscana, até encontrar a origem e a

evolução dos elementos nos quais podemos identificar e compreender as raízes das tendências que consideramos relevantes. Esse é o caminho pelo qual Putnam se envereda em sua obra de 1993. Porém, a escolha de não levar a análise até épocas remotas é proposital. Optamos por chaves de leitura que não enfatizam as especulações sobre a antiguidade das origens de fenômenos contemporâneos – as quais, segundo esse tipo de interpretação, estariam cravadas, quase geneticamente, num povo ou numa sociedade. Por esse caminho, acabaríamos caindo no determinismo historicista e culturalista. Os fatores socio-históricos aqui escolhidos e relatados mais detalhadamente, foram levados em consideração porque efetivos e influentes ainda em 1800 e até a segunda metade de 1900. Porque, acreditamos, eles são parte de um patrimônio de costumes recentes, de alguma forma ainda vivente, já que viventes são as gerações na memória e nas práticas das quais seus traços persistem.

Além disso, a Toscana é renomada e tradicionalmente uma região *rossa* (vermelha), um bastião eleitoral da esquerda (assim como a Emília-Romanha). Em tempos mais recentes, isso, sem dúvida, contribui bastante para a afirmação da participação e da prática política das bases. A população não é estranha à luta pela gestão da coisa pública. Muito pelo contrário, ela é geralmente muito ativa e envolvida, devido a um senso de coletividade e responsabilidade bem consolidado. É, portanto, normal que a gestão da coisa pública — quer seja escola, sistema de saúde ou trabalho — esteja, de primeira instância, nas mãos dos cidadãos, reunidos e organizados. Não é por acaso que a Toscana conta com um histórico riquíssimo em experiências de cooperativismo e associativismo capilares e com administrações regionais e municipais que, por estarem baseadas nas primeiras, necessariamente acabam sendo virtuosas.

Em relação à atitude local para com a cooperação, Renzo manifesta contradições interessantes, quando diz:

Na época do meu pai, a paróquia do meu povoado comprou uma *trebbiatrice* (máquina para debulhar, NdA) e, na época de debulhar, a *trebbiatrice* comum passava de um para outro. Todo mundo podia usar a máquina, que era praticamente da comunidade. [...] Mas, na verdade, aqui o problema é que são todos pequenos proprietários e têm um pouco essa mentalidade fechada, de cada um olhar apenas para sua hortinha. É difícil juntar as pessoas, convencê-las a fazer as coisas juntos.

A autocrítica expressa por Renzo está em patente contradição com todos os relatos do tempo passado que acabavam de ser lembrados naquele mesmo instante, e, principalmente,

com as evidências objetivas das práticas e da realidade presentes (a cooperativa, as associações, o lagar social, o Convívium, a força da Fortaleza, as redes etc.). A curiosa atitude de admitir e criticar abertamente a incapacidade ou o insuficiente espírito de colaboração entre membros da própria comunidade – como teremos oportunidade de descobrir ao longo de toda a pesquisa de campo – é uma peculiaridade apenas daquelas comunidades nas quais, muito pelo contrário, o cooperativismo e o senso de coletividade são mais desenvolvidos. Como se tratasse de perfeccionismo, ou da vontade de cada membro de estimular a coletividade a fazer melhor, os que admitem não saber cooperar bem são justamente os que melhor conseguem agir coletivamente, e realizam muitas coisas. Nos contextos de maior individualismo e de escassa socialização, na grande maioria dos casos, esse “defeito” não é detectado. Por ser geralmente ausente, ninguém dá pela sua falta: dificilmente é percebida a ausência de algo que nunca existiu; portanto, o elemento carente não é contemplado nem nomeado.

Mas, a rede em volta do Fagiolo Rosso é envolvente. Desde o começo do percurso de valorização do produto, ela se torna imediatamente horizontal, capilarmente densa e muito extensa, além dos confins locais. Os atores e macro-atores que constituem seus nós são muito ativos e incluem entes públicos, entes de promoção turística, *stakeholder* privados (agricultores, chefes de restaurantes, comércio etc.), entidades científicas, escolas, cidadãos simples, associações locais e organizações do terceiro setor.

Pelo que concerne ao papel de figuras mais carismáticas, de proponentes e lideranças, podemos afirmar que o carisma de mediadores capazes de envolver os outros e ampliar cada vez mais a articulação das redes prevalece sobre a função de liderar e sobre o personalismo. Pelo que percebemos, a distribuição das tarefas e das atividades é equilibrada, procedendo por iniciativa espontânea inclusiva e não por espírito de protagonismo individual. Entre os estudos de casos considerados, a Fortaleza do Fagiolo Rosso conta com a maior multiplicidade de protagonistas ativos (ficam fora apenas as grandes organizações de categorias, isto é, os sindicatos rurais nacionais). O nível de identificação individual com os projetos e com o território é alto. Assim como é alta a capacidade de receptor e coletivizar novas propostas, de dar vida a novas redes e de qualificar constantemente as redes existentes⁷⁹. A aptidão para reconhecer, mobilizar e incrementar os recursos locais e o conjunto de capital territorial presente (natural, humano, social, cultural, sinérgico etc.) é elevada. Ela se traduz na geração

⁷⁹ A propósito de qualificação das redes, por exemplo, Marco, o agrônomo de L’Unitária, durante esses anos, já ocupou o cargo de secretário regional do Slow Food (para a parte de biodiversidade, mercados e Fortalezas) e hoje, além de referente para a Fortaleza do Fagiolo Rosso, é conselheiro regional eleito dentro do Conselho Nacional do Slow Food.

de emprego e de renda, na promoção do território, na manutenção das áreas rurais e da biodiversidade agrícola e em bens imateriais inscricíveis no que pode ser chamado de “balanço social” (educação nas escolas, ocasiões de agregação para idosos, oportunidade de inserção para pessoas com distúrbios mentais).

Os mecanismos sociais de confiança e abertura que foram observados e que, acreditamos, estão na base dessas dinâmicas construtivas, são favorecidos por relações de proximidade física, de contato direto e debate, por ocasiões de encontro e convivialidade diária. É interessante também notar como, no discurso cotidiano, essas formas, pertencentes a modalidades de convivência social tradicionais e em escala pequena, são celebradas como sendo parte do resgate do passado, resgate necessário à correção das deformações da modernidade. Algumas formas econômicas, sociais e políticas anteriores são consideradas melhores que as atuais. “Para ir para frente precisa voltar para trás” diz Leonardo. “Meu avô ia vender na feira de bicicleta” lembra Francesco.

Os tipos de relações sociais citadas e o envolvimento consciente e responsável de cada um, frente à comunidade e dentro de um projeto comum em prol do bem comum, sustentam o que é um exemplo bem sucedido de ciclo de tradução: problematização, envolvimento, participação e mobilização (AKRICH et al., 2006). Ou, segundo uma visão próxima: mobilização dos recursos, qualificação do produto, comercialização e integração com outros componentes do território (BRUNORI, 2006a, 2006b; BELLETTI et al., 2006).

Os atores envolvidos nessa história, em todos os níveis, se sentem – e, portanto, *são* – perfeitamente “empoderados”. Eles são já capacitados para agir como sujeitos, como donos da própria história (TOURAINE, 1981, 1987, 1988). Não existe, nesse caso, nenhuma espera de assistência, de algo ou de alguém que chegue, do alto, para oferecer soluções. É suficiente contar o número de associações e entes chamados a participar, ou que espontaneamente se envolveram, ao longo da história, para comprovar um dado de valor duplo. Os atores locais detêm a capacidade notável de aproveitar recursos e redes, por sua vez, já existentes e disponíveis no território. Ou seja, o território já dispõe de uma importante riqueza em entidades e redes formadas de e para os cidadãos (primeiro valor); os atores e os cidadãos engajados em novas iniciativas detêm a capacidade de contatar, envolver e aproveitar as redes e o capital territorial já formado (segundo conjunto de valores).

Em tudo isso, podemos concluir, o Slow Food foi apenas um instrumento, um canal entre os vários que poderiam ter sido escolhidos. O percurso foi iniciado antes. O Slow Food foi procurado por atores que, desde o começo, já eram protagonistas. E, provavelmente, tudo

teria acontecido e estaria continuando, independentemente de formas e de pessoas específicas em lugares-chave específicos.

4.5 DO PROTESTO À PROPOSTA. O ECOMUSEU E A FORTALEZA DO PAN DI SORC

O projeto Fortaleza do Pan di Sorc (Gemona del Friuli, Itália) surge de um histórico de projetos e ativismo social rico, iniciado com o surgimento da Cooperativa Utopie Concrete e, mais tarde, ligado à associação e ao museu territorial que, hoje, sustentam o próprio projeto Fortaleza e outras iniciativas de promoção territorial.

Tudo começou com a participação de um grupo de jovens amigos no movimento ambientalista local, na década de 1980:

O nascimento da cooperativa é devido ao fato que na época se estava falando de parques naturais no Friul-Veneza Júlia. Havia propostas para unidades de conservação, havia o movimento ambientalista, em nível local e nacional. Estávamos nos anos da afirmação do ambientalismo. Os jovens do grupo do qual eu participava se conheceram por ocasião da contraposição organizada à canalização e desvio do Ledra (um importante curso d'água local, NdA) . Assim, todos nós temos uma história que tem a ver com o ambientalismo. [...] Todos éramos originários dessa região. Todos de aqui [...]. E todos comungávamos da vontade de defender o meio ambiente. A gente vem do primeiro ambientalismo, da década de 1980. Para a nossa cooperativa, escolhemos a liga das cooperativas vermelhas (de esquerda, NdA) [...].

A voz que conta a história da origem da Cooperativa Utopie Concrete é de Etelca Ridolfo. Ela e seu marido Maurizio Tondolo (Figura 31) hoje vivem em Buja, município de 6750 habitantes situado a 20 km de Udine, principal cidade da região, e a 7 km de Gemona del Friuli, outra importante cidadezinha dessa história, epônima do território circunstante (o *Gemonese*). Na periferia do pequeno centro urbano de Gemona, na localidade chamada Ospedaletto, surge o antigo moinho Cocconi, sede atual do museu que Etelca e Maurizio gerem, ele como diretor e ela como operadora. É o *Ecomuseo delle Acque del Gemonese* (Ecomuseu das Águas do Gemonese).

A história do Ecomuseo de Gemona se entrelaça densamente com a história recente do território, através de percursos de valorização de produções, tradições, história e peculiaridades geomorfológicas locais, dos quais o Ecomuseo tem sido promotor incansável.

Estamos na região Friul-Veneza Júlia (em italiano Friuli-Venezia Giulia, *regione* italiana autônoma dotada de estatuto especial, no extremo nordeste do País, na divisa com Eslovenia e Austria⁸⁰). O Friul-Veneza Júlia, nascido da fusão de dois territórios etno-geográficos distintos (o *Friuli* e a *Venezia Giulia*), é constituído por uma planície central, pela zona litorânea (costa do Mar Adriático) e por uma faixa de colinas, famosas por sua seleta produção vinícola, situada aos pés das montanhas (porção dos Alpes chamados *Giulie*, Julianos, em português) e ao longo da parte central da fronteira com a Eslovênia.

O clima da região varia muito, desde o regime mais temperado e úmido da planície, das colinas e do litoral, até o clima alpino das montanhas. As cidades principais do Friul-Veneza Júlia são Gorizia, Udine, Trieste e Pordenone. Cada uma delas é capital administrativa da respectiva província, sendo Udine a cidade capital da região inteira.

As províncias de Udine e Pordenone, áreas antigamente agrícolas e deprimidas, nas últimas décadas vivenciaram um grande desenvolvimento industrial e suas populações, hoje, desfrutam de um padrão de vida elevado. A população de Trieste e sua província, empregada principalmente no setor terciário, conta com valores de PIB per capita entre os mais altos da Itália (dados ISTAT de 2015). Relativamente à distribuição da população no território, um terço dela está concentrado na área urbana de Udine, incluindo 11 municípios limítrofes (175.000 habitante em 312 km²), e na região metropolitana de Trieste (231.000 habitantes em 212 km²). Os restantes dois terços da população residem em pequenos e médios municípios rurais, sendo a região montanhosa escassamente habitada.

A região Friul-Veneza Júlia, ao longo do tempo, sofreu fortemente com fenômenos migratórios devidos a fatores como a depressão do sistema e da economia agrícola, os eventos bélicos, as anexações territoriais e o terremoto de 1976. Entre final do século XIX e a conclusão da Segunda Guerra Mundial, com exclusão da breve interrupção durante o primeiro conflito mundial, os fluxos migratórios se dirigiam principalmente para os Estados Unidos e a Argentina. No segundo pós-guerra, a região recebeu ondas ingentes de populações fugindo da Ístria e de Zadar, enquanto os internos migravam para os países da Europa centro-setentrional (Suíça, Alemanha, França, Bélgica), os Estados Unidos, o Canadá e as regiões italianas do assim

⁸⁰ Uma *regione italiana a statuto speciale* (com estatuto especial) é uma região dotada de formas e condições de autonomia legislativa, administrativa e financeira peculiares. Cinco das vinte regiões (*regioni*) administrativas italianas têm estatuto especial, aprovado pelo Parlamento com lei constitucional: Sicília, Sardenha, Vale d'Aosta, Trentino-Alto Ádige e Friul-Veneza Júlia. A exigência de conceder formas especiais de autonomia para alguns territórios nacionais surgiu após a conclusão da Segunda Guerra Mundial, devido à condição fronteiriça ou insular dessas regiões e às formas recentes e turbulentas de anexação ao território italiano de zonas intensamente interétnicas e multilinguísticas.

chamado “triângulo industrial” (Piemonte, Lombardia, Ligúria). É só a partir da década de 1970, graças ao desenvolvimento industrial e aos efeitos da reconstrução posterior ao terremoto de 1976, que o Friul-Veneza Júlia, de terra de emigrantes, passou a ser receptora de fluxos migratórios vindo de outras regiões italianas e do exterior (MARCATO, 2001).

Do ponto de vista da repartição por setores econômicos, o PIB do Friul-Veneza Júlia deriva principalmente de atividades de intermediação monetária e financeira, atividades imobiliárias e empresariais (cerca de 25% do PIB regional), do comércio, do setor turístico (restaurantes, hoteleiro), de transportes e comunicações (20%), da indústria (19%) e, em menor parte, do setor das construções (cerca de 4%) e da Agricultura, silvicultura e pesca (1,5%). A industrialização do Friul-Veneza Júlia, iniciada com o setor de base e com poucos, grandes núcleos na área litorânea, hoje conta com centros de destaque no setor metalúrgico e naval. É especialmente importante o desenvolvimento das empresas manufatureiras com condução familiar, originárias da especialização do artesanato, tradicionalmente difundida na região inteira. As pequenas e médias empresas familiares, hoje, florescem em muitos setores, como o mecânico, o têxtil e o moveleiro. Na província de Udine, em particular nos arredores da cidade, o setor terciário, constituído por centros comerciais e de distribuição, detém um peso considerável (dois terços da ocupação total). Sempre na província de Udine, a instituição dos distritos industriais (distrito da cadeira, em Manzano, distrito do móvel, em Brugnera, fábricas de presunto em San Daniele) deu um impulso fundamental para a decolagem da indústria manufatureira local, um setor ainda hoje vital e uma fonte de emprego muito importante para a região (MARCATO, 2001).

Gemona (*Glemone*, em língua friulana⁸¹) surge na região dos Pré-Alpes Julianos, a 272 metros acima do nível do mar, sobre um cone aluvial aos pés do monte Chiampon (1.709 metros) e do monte Glemina (709 metros), numa região de clima subcontinental, com invernos frios (temperatura mínima média de 2°C em janeiro), verões moderadamente quentes (22°C em julho) e pluviosidade abundante (2000 ml por ano). Com 11.135 habitantes e uma superfície de 56,21 km², é o município principal do território

⁸¹ A língua friulana (*lenghe furlane* ou *marilenghe*, língua madre, ou *furlan*) é uma língua românica, do grupo e reto-românico. É falada na região histórica do Friul, isso é, no atual Friul-Veneza Júlia e em três municípios da região Véneto. Desde 1999 é legalmente reconhecida pelo Estado italiano como língua minoritária de importância histórica e é localmente tutelada. Isso consente, entre outras medidas, o ensino oficial da língua friulana nas escolas da região e seu uso nas relações com instituições públicas locais. Ao friulano se aplicam: o artigo da Constituição da República Italiana que diz respeito à tutela, por meio de normas específicas, das minorias linguísticas; a Lei n. 482 d 15 de dezembro de 1999 - *Norme in materia di tutela delle minoranze linguistiche storiche*; e a Lei Regional da Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia n. 29 de 18 de dezembro de 2007 (FRANCESCATO, 1966; FRAU, 1984; MARCATO, 2001; VANELLI, 2005; FARI, 2005; HEINEMANN, 2007; HEINEMANN e MELCHIOR, 2015).

Gemonese, do qual fazem parte os municípios de Artegna, Bordano, Buja, Montenars, Osoppo, Trasaghis e Venzone.

O território municipal compreende zonas morfológicamente variadas, que vão da planície até as áreas de colinas e montanhosas. Ele é atravessado por importantes cursos de água, como o córrego Vegliato e o Ledra, efluente do rio Tagliamento, historicamente favoráveis à agricultura irrigada, na parte mais baixa, e à presença de numerosos moinhos para moedora de cereais, muitos dos quais hoje inutilizados ou em ruínas.

Nas datas memoráveis de 6 de maio e 15 de setembro de 1976, Gemonna e o Gemonese foram devastados por abalos sísmicos que provocaram 978 mortos – quase 400 dos quais em Gemonna – e a destruição da maioria dos edifícios e dos monumentos dos centros atingidos. Os eventos pós-sísmicos e a história da reconstrução do Gemonese representam um capítulo fundamental da história da Itália e da identidade do povo *friulano*, reconhecido e celebrado pela *Medaglia d'oro al Merito Civile* (Medalha de ouro ao Mérito Civil), atribuída pela República Italiana às cidades atingidas pelo terremoto, com a seguinte motivação: “Em ocasião de um terremoto desastroso, com grande dignidade, espírito de sacrifício e empenho civil, enfrentava a difícil obra de reconstrução do tecido habitacional, assim como a renascença de seu futuro social, moral e econômico. Exemplo magnífico de valor cívico e de alto sentido do dever, merecedor da admiração e da gratidão da Nação inteira”⁸²

Nesse contexto, graças ao ativismo de um grupo de jovens, nasce e cresce a cooperativa Utopie Concrete, com o objetivo de fornecer serviços no âmbito da tutela ambiental. A cooperativa continua viva ao longo dos anos e seus membros evoluem, juntos ou individualmente, no caminho escolhido. Em 2000, a Prefeitura de Gemonna e a Utopie Concrete, em parceria, obtém o financiamento da União Europeia através do *Prealpi Leader – GAL del Gemonese* (cf.par. 3.5.3.3), graças ao edital para apoio a projetos de turismo sustentável baseados na valorização de recursos locais. O projeto específico, intitulado “Centro di Educazione Ambientale Mulino Cocconi” (Centro de Educação Ambiental Moinho Cocconi), implica a realização no antigo moinho da família Cocconi, situado na localidade Ospedaletto (Gemonna), de uma sede-laboratório para didática e educação ambiental, do espaço expositivo

⁸² Texto original:

In occasione di un disastroso terremoto, con grande dignità, spirito di sacrificio ed impegno civile, affrontava la difficile opera di ricostruzione del tessuto abitativo, nonché della rinascita del proprio futuro sociale, morale ed economico. Splendido esempio di valore cívico e d’alto senso del dovere, meritevole dell’ammirazione e della riconoscenza della Nazione tutta.

anexo, denominado *Museo dell'arte molitoria* (Museu da arte da moedura), e do *Centro di documentazione* (Centro de documentação; Figura 29). O objetivo é a valorização e a promoção territorial do Gemonese e de suas peculiaridades, graças à criação de um *ecomuseo* (cf. infra), o *Ecomuseo delle Acque del Gemonese* (a partir de agora indicado como Ecomuseo, com maiúscula).



Figura 29. A, B, C O canal que escorre ao lado do Mulino Cocconi, sede do Ecomuseo; a entrada e o edifício do Ecomuseo delle Acque del Gemonese; antigos maquinários restaurados e expostos em sua sede original, no mulino Cocconi (fotos da autora).

Em 2003, o Ecomuseo, convidado a participar no encontro nacional dos ecomuseus italianos (em Biella), é incluído no catálogo europeu “Ecomusei. Guida europea” (Ecomuseus. Guia europeu; MAGGI, 2002).

No ano seguinte, por ocasião do primeiro congresso regional dos ecomuseus “// territorio racconta”, com o objetivo de promover e gerir o Ecomuseo e de envolver a

população local, nasce a Associação Centro de Educação Ambiental Mulino Cocconi (CEA Mulino Cocconi). O Ecomuseo delle Acque assina a *Dichiarazione di intenti di Sardegna*, que define natureza e objetivos a serem perseguidos pelos ecomuseus. Na mesma época, os municípios de Artegna, Buja, Majano, Montenars e Osoppo aderem ao ecomuseu.

Em 2006, o Ecomuseo delle Acque del Gemonese é reconhecido como entidade de interesse regional, conforme estabelecido pela lei *Legge Regionale n. 10 del 20 giugno 2006 - Istituzione degli Ecomusei del Friuli Venezia Giulia*.

No que diz respeito à natureza dessa tipologia específica de museu, o ecomuseu é uma forma de museu não tradicional, nascida na França, na década de 1970, da reflexão de Georges Henri Rivière e Hugues de Varine (diretor do Conselho Internacional dos Museus-ICOM de 1965 a 1974) e hoje difundida no mundo inteiro. O prefixo "eco" faz alusão tanto ao entorno natural, portanto à implicação ecológica, como ao entorno social, na perspectiva da ecologia humana.⁸³ Também chamados de “museus de comunidade”, os ecomuseus estão baseados em ações não apenas conservativas e expositivas de tipo tradicional, mas sim no processo dinâmico através do qual as comunidades locais, como sujeitos e de forma viva, conservam, interpretam e valorizam seu próprio patrimônio. A natureza do ecomuseu é a de ser, junto com a população, um agente de revitalização, tutela e valorização das tradições locais, materiais e imateriais, capaz de proporcionar formas para a manutenção e para o crescimento local sustentáveis. Geralmente, um ecomuseu abrange um território homogêneo e se estende além das paredes dos simples espaços expositivos, para abraçar paisagens, peculiaridades físicas e biológicas do território, belezas naturais, artefatos e construções humanas, memória histórica material e oral, práticas produtivas, técnicas e apetrechos. Ou seja, tudo o que qualifica localmente os ambientes natural e antrópico e as singularidades da relação entre esses dois. A ideia de base de um ecomuseu é, portanto, constituir um instrumento propositivo idôneo a conjugar a salvaguarda ambiental com ações de valorização e conservação do patrimônio cultural, de acordo com os princípios da sustentabilidade e da participação, com as exigências da população e sempre atribuindo a ela, em sua multiplicidade, o papel de ator central.

No caso específico, o Ecomuseo delle Acque del Gemonese tem como seus objetivos documentar, resgatar e interpretar a vida, as figuras e os acontecimentos, a cultura material e imaterial, as relações entre ambiente natural e ambiente antropizado, as tradições, as

⁸³ No Brasil, os ecomuseus são conhecidos como “museus comunitários”. Presentes do norte ao sul do país, desde 2004, eles estão reunidos na Associação Brasileira de Ecomuseus e Museus Comunitários - ABREMC (<<http://www.abremc.com.br/>> acesso em maio de 2015)

atividades, as práticas de vida e de trabalho e as produções locais, assim como a forma em que o assentamento e as obras humanas caracterizaram a face e a evolução da paisagem do território Gemonese, uma unidade geográfica riquíssima de ambientes úmidos e de obras hidráulicas (fonte: <<http://www.ecomuseodelleacque.it/>> acesso em: maio de 2015)

As atividades de levantamento, documentação e tombamento estimuladas pelo Ecomuseo são realizadas por meio de modalidades inclusivas, como o inventário participativo e a construção de mapas de comunidade⁸⁴.

Entre 2005 e 2006, no âmbito de outro edital de tipo Leader para financiamentos da UE destinados a projetos de valorização territorial baseada em produtos da tradição local, Etelca e Maurizio, como operadores do Ecomuseo, elaboram a ideia, lideram o processo de criação de parcerias locais – pré-requisito para concorrer ao edital – e redigem o projeto: o produto a ser resgatado e em volta do qual ativar cadeias de valorização é o *pan di sorc* (pão de *sorc*). O projeto, aprovado, recebe o financiamento.

O *pan di sorc* è um pão da tradição local (Figura 30), obtido da mistura de três farinhas: trigo, centeio e milho (*sorc*, em língua friulana) da variedade com ciclo vegetativo breve (chamado *cinquantino*, pelo ciclo de cinquenta dias). Antigamente, o pão era amassado em casa e levado para assar ao forno do povoado ou da cidade. No território de Buja e Artegna, o pão se fazia na versão doce, com o acréscimo de figos secos, semente de erva doce e, às vezes de uva passa, canela e nozes. A variante doce era tradicionalmente preparada e doada em ocasião das festas natalinas. Seco, o pão era utilizado também como ingrediente do *crafût* (uma almôndega de fígado suíno moído e amassada com pão, uva passa, casca de limão e servida com polenta de milho *cinquantino*). O abandono da prática de cultivo do milho *cinquantino* e a mudança nos gostos e hábitos alimentares, durante a década de 1960, restringiram o produto a um consumo raro e apenas doméstico. O pão e sua receita, guardada na memória dos membros mais anciãos das comunidades, corria o perigo de se perder para sempre, afirma Etelca.

⁸⁴ O mapa de comunidade é, ao mesmo tempo, uma ferramenta e um processo participativo. A modalidade surgiu no Reino Unido no começo da década de 1980 e, hoje, é amplamente utilizado pelos ecomuseus do mundo inteiro. Ele fornece aos habitantes de um determinado lugar a possibilidade de representar o patrimônio, a paisagem, os saberes nos quais se reconhecem e que desejam transmitir às novas gerações, assim como eles os vivem e percebem. Trata-se de uma representação cartográfica ou de qualquer outro tipo de produto e elaborado gráfico, visual e textual que a comunidade queira adotar e no qual se identifica (<<http://www.mappadicomunita.it/>>; <<http://www.ecomuseodelleacque.it/mappa-di-comunita/>> acesso em maio de 2015).



Figura 30. O *pan di sorc* (foto da autora).

O projeto para a recuperação e a valorização do *pan di sorc* – e, podemos afirmar, do patrimônio local a partir do *pan di sorc* – previa uma variedade de objetivos: recuperar as variedades de cereais antigamente cultivadas e difusas, hoje circunscritas em pouquíssimas e pequenas áreas, apenas para consumo familiar; organizar uma rede de “conservadores”, isto é, de agricultores empenhados na preservação do germoplasma e da biodiversidade locais; otimizar e diferenciar a agricultura local, hoje dominada pela produção de milho comum para rações e forragem de ensilagem, através da rotação de culturas variadas; experimentar técnicas agrônômicas sustentáveis do ponto de vista ambiental, social e econômico; dar vida a uma cadeia agroalimentar local conectando produtores, transformadores e consumidores; requalificar a paisagem rural; e transmitir saberes e memórias.

O projeto de resgate da variedade de milho *cinquantino* e do *pan di sorc* foi construído com base em uma série de acordos de colaboração com institutos universitários, entes de pesquisa e desenvolvimento, órgãos públicos e parceiros extralocais, que tem apoiado o processo por meio de estudos, experimentações, oferta de recursos humanos, saberes e contatos.

A Universidade de Udine, através do Departamento de Ciências Agrárias e Ambientais (que gere o Banco do Germoplasma regional), realizou a campanha de caracterização e conservação das sementes das variedades locais de milho. Em 2010, as populações de milho *cinquantino* recuperadas nas hortas e nos campos do Gemonese foram caracterizadas e inseridas no Banco do Germoplasma, junto com os nomes dos “cultivadores guardiões”.

O Ente Regionale per lo Sviluppo dell’Agricoltura-ERSA (Ente Regional para o Desenvolvimento da Agricultura) participou acompanhando o programa para o melhoramento

genético da variedade mais adequada à panificação (o melhoramento, realizado em forma mecânica, em campo e não em laboratório, permitiu a todos os agricultores envolvidos guardar autonomamente a semente de seu próprio milho).

Outros parceiros da rede criada para o projeto eram: a Associazione Italiana di Agricoltura Biologica-AIAB (Associação Italiana de Agricultura Orgânica); todas as prefeituras do território Gemonese, mais a prefeitura de Reana del Rojale (Udine); quatro padeiros locais; a maioria dos donos de restaurantes da região; várias lojas de produtos alimentares naturais; uma empresa sementeira local, para a realização das comparações de produtividade); duas empresas agrícolas, para a produção de milho orgânico; algumas escolas de Milpa Alta e Xochimilco (Cidade de México) unidas em intercâmbio com as escolas do Gemonese; um grupo de 20 mulheres de todas as idades, que se voluntariaram para plantar em seus campos as variedades a ser recuperadas.

O resgate das receitas do pão foi realizado por meio de entrevistas e gravações, feitas com a população local pelos operadores do Ecomuseo e seus colaboradores.

Para resguardar os produtores e atores envolvidos na cadeia (agricultores, padeiros, moleiros, comerciantes e donos de restaurantes) de eventuais contrafações, o Ecomuseo depositou a marca de tutela do *pan di sorc*, que é nominativa e coletiva: protege a nomenclatura “Pan di Sorc”, de propriedade da associação CEA Mulino Cocconi-Ecomuseo, e a vincula a um protocolo de produção específico; ao mesmo tempo, a marca é partilhável, à disposição de todos os participantes da cadeia produtiva e comercial.

Alguns anos após a realização da experiência prevista pelo projeto do *pan di sorc*, Etelca e Maurizio, que já conheciam muito bem o movimento Slow Food – difuso e ativo na região há anos – e sua filosofia, pensam em valorizar ulteriormente o *pan di sorc*, propondo seu reconhecimento como produto Fortaleza.

Desde 2012, o *pan di sorc* é Fortaleza Slow Food. O reconhecimento como Fortaleza deu novo ímpeto à receita antiga e a versão doce do pão está de novo presente nas mesas da região, graças à visibilidade e à abertura comercial garantidos pelo apoio e pela rede do Slow Food.

Além disso, hoje, a cadeia produtiva das matérias-primas e transformativa do *pan di sorc* são inteiramente certificadas com o selo orgânico oficial, pelo *Istituto Mediterraneo di Certificazione* (IMC) e graças ao sistema da certificação *condivisa* (compartilhada).

Os campos “cedidos” à associação do Ecomuseu não necessariamente são utilizados para produções funcionais para o preparo do *pan di sorc*, mas sim são cultivados para promover modelos virtuosos de diferenciação produtiva em pequena escala e para que não fiquem improdutivos. Além dos proprietários desses terrenos, participam da produção orgânica e são beneficiários da cadeia produtiva também os titulares de duas fazendas agrícolas familiares maiores. Trata-se de famílias que se dedicam à agricultura em tempo integral e vivem de sua produção agrícola. São eles que produzem a matéria-prima orgânica (milho, trigo e centeio) utilizada para preparar o *pan di sorc*. Outros transformadores profissionais inseridos na cadeia do *pan di sorc* são o moleiro, que faz a moedura dos cereais orgânicos (o moinho dele também é certificado como orgânico), e Ada, a padeira dona da panificadora orgânica na qual trabalha com o marido e os filhos. Além deles, o Ecomuseu sempre tende a envolver e empregar trabalhadores locais, por meio da terceirização dos serviços e dos maquinários agrícolas dos quais não dispõe.

Portanto, a Fortaleza do Pan di Sorc, além de ser totalmente orgânica e oferecer a todos um sistema já pronto para produzir organicamente, tem como missão a maior repartição possível das vantagens entre produtores e trabalhadores locais.

O milho *cinquantino* é pago a quem o cultiva pelo preço de mercado do milho orgânico, acrescentado de 40% do valor (porque seu rendimento é 40% inferior ao do milho comum). Os outros cereais orgânicos e a moedura das farinhas orgânicas, assim como a panificação, são pagas conforme preços correntes de mercado⁸⁵.

De acordo com a escolha da associação dos produtores, além dos 120 euros totais gastos anualmente para o arrendamento dos campos, dos 250 euros pelo custo da certificação orgânica, dos custos de moedura e panificação e do custo dos serviços terceirizados, o preço final mínimo do *pan di sorc* inclui também o valor da cota de trabalho voluntário oferecido por aposentados e aposentadas e pelos outros voluntários e trabalhadores não remunerados que, de diversas formas, trabalham no campo, debulham o milho, armazenam os cereais ou vendem o produto final em feiras e eventos. Para o trabalho voluntário foi estabelecido um valor médio de 5 euros por hora, o qual integra o preço final do pão. A ideia é, portanto, dar vida a um produto que, da forma mais abrangente possível, encarne o território e incorpore todos os valores ativados.

⁸⁵ Apenas para dar uma ideia do peso do *pan di sorc* na geração de renda dos produtores, segundo os registros contábeis do Ecomuseu, a panificadora consegue obter por volta de 2.500 euros de lucro anual (deduzidos os custos) apenas da venda direta em feiras e eventos (não está, portanto incluído o lucro da venda do pão para lojas e restaurantes).

Ao longo dos anos, o projeto perdeu alguns de seus participantes da primeira hora, principalmente entre os padeiros, os restaurantes e os comércios que, no começo, tinham dado sua adesão. Nesses anos, não apareceram adesões novas por parte de produtores e transformadores locais. Segundo a redação inicial, o projeto incluía mais três panificadoras, além de Ada, alguns chefes de cozinhas e restaurantes e lojas de produtos orgânicos em número maior do que o atual. Todos eles participaram durante os primeiros três anos do projeto, porque durante aquele período, explica Etelca, o financiamento pelo edital Leader garantia aos participantes subsídios financeiros e reembolsos de despesa. Mas, eles não continuaram no projeto.

Contudo, o *pan di sorc*, continua sendo produzido e vendido, em pequenas quantidades, porém de forma economicamente sustentável para aquelas pequenas empresas e pessoas que, graças a ele, conseguem complementar um pouco sua renda e compartilhar uma experiência coletiva.

O *pan di sorc* é comercializado através do Mercado da Terra de Gemona (cf. infra) e, graças à rede de clientes usualmente abastecidos com os produtos do forno de Ada, é vendido em várias lojas de gêneros alimentares – principalmente lojas de produtos naturais, típicos e orgânicos (Figura 32) – no território de Gemona, Udine e Trieste. O mercado da Fortaleza não é mais amplo do que isso – nem parece existir grande interesse em ampliá-lo – porque se trata de um produto perecível, que, na filosofia dos criadores da Fortaleza, deveria permanecer vinculado ao território de origem. E, possivelmente, atrair consumidores curiosos e potenciais turistas que queiram conhecer o território que deu vida ao produto.



Figura 31. Etelca e Maurizio ao lado de um dos campos geridos graças à Associação do Ecomuseu (foto da autora).



Figura 32. Gemona, loja de produtos típicos locais promovendo as Fortalezas Slow Food da região (foto da autora).

Da experiência de criação do ecomuseu e do percurso de valorização do *pan di sorc*, graças a processos virtuosos análogos, sempre animados pela iniciativa de Maurizio e Etelca, segue uma série de atividades entrelaçadas. No centro delas está o Ecomuseo.

As prefeituras e os habitantes dos municípios de Gemona, Artegna, Osoppo e Montenars são os que mais participam e apoiam essas iniciativas – diz Etelca – por causa do envolvimento dos administradores, independentemente de sua parte política, e, também, graças ao bom tecido de relações entre administradores, órgãos públicos e população locais. Outro parceiro local ativo é a seção de Gemona do Club Alpino Italiano (CAI).

O Ecomuseu, hoje em dia, é o catalisador de uma atividade didática intensa, voltada para diferentes atores locais e das regiões limítrofes, para escolas e adultos. A didática consiste em inúmeros cursos e oficinas de educação ambiental, artesanato, educação alimentar, gastronomia e de palestras com especialistas em vários setores (geólogos, antropólogos, biólogos etc.), todos eles abertos ao público.

As atividades de pesquisa e divulgação do Ecomuseo também são muito vivas e contam com a colaboração de naturalistas e geólogos (durante um ano o Ecomuseo usufruiu de uma bolsa de trabalho oferecida pela Prefeitura para contratar uma jovem antropóloga, recém-formada, para realizar coleta de material etnográfico).

Graças a mais um edital Leader, o Ecomuseu conseguiu equipar e abrir, num local do centro histórico de Gemona, o Laboratório Didático do Terremoto, que serve de polo didático para os grupos escolares e, também, como centro para reuniões e seminários.

Em junho de 2014, durante nossa visita de campo, foi inaugurado o Mercado da Terra de Gemona (cf. 1.3), outra conquista do Ecomuseo. O Mercado acontece a cada quinze dias, numa praça da cidade, e tem o objetivo de proporcionar a todos os pequenos produtores locais interessados um espaço para a venda direta das produções alimentares artesanais (Figura 33).



Figura 33. A, B A inauguração do primeiro Mercado da Terra de Gemona; Maurizio e a filha Ersilia vendem os produtos típicos e as Fortalezas da região durante o Mercado da Terra (fotos da autora).

A colaboração com o Departamento de Saúde Mental do núcleo local da rede do sistema de saúde pública (ASS 3 Alto Friuli) permitiu a inserção de pacientes com distúrbios psicofísico e do aparelho locomotor nos trabalhos agrícolas em campo e na atividade de venda.

O Ecomuseu é também promotor do projeto *Paniere*. Trata-se da organização de uma pequena, porém variada, rede de produtores e laboratórios (produtores de queijo, confeitores, padeiros, artesãos) que oferecem aos consumidores fidelizados e aos turistas uma “cesta” de produtos artesanais de qualidade, locais, sempre frescos e garantidos, a serem comprados através de fórmulas *on line* e de grupos solidários de compra (GAS).

Graças ao apoio de Francesca Baldereschi e da Fundação Slow food para a Biodiversidade, o Ecomuseo liderou também a criação recente de um novo projeto local de Fortaleza. O *Formaggio di Latteria Turnaria* (queijo de leiterias de rotatividade), é um produto

baseado numa fórmula colaborativa e produtiva tradicional, antigamente muito difundida em todo o Friul, hoje quase totalmente extinta. Institucionalizadas em 1880, as centenas de *latterie turnarie*, presentes nos assentamentos rurais situados aos pés das áreas de pastagem da região, funcionavam segundo uma lógica cooperativa: os sócios entregavam o leite na leiteria; esse era processado por outros sócios, que se revezavam na leiteira, segundo turnos de trabalho (por isso *turnaria*) e o produto final, isto é, as formas de queijo, era repassado aos sócios com base na quantidade de leite entregue por cada um, para que eles finalizassem o processo de cura e vendessem o queijo.

A atual Fortaleza do Formaggio di Latteria Turnaria funciona da mesma forma. No território do Gemonese, foram reativadas duas leiterias e postas ao serviço dos agricultores locais, grandes e pequenos (o leite provem de empresas com 70 cabeças de gado, assim como de agricultores donos de apenas três ou quatro vacas). Uma leiteria recebe o leite de 17 criadores (18-20 quintais de leite), a outra serve 12 agricultores (cerca de 10 quintais de leite). A primeira, situada na localidade Campolessi, dispõe também de um pequeno ponto de venda ao público. O queijo que sai das leiterias – queijo de leite cru (não pasteurizado) – acaba de ser lançado no mercado: é vendido por um valor mínimo de 7.80 euros/kg (curado de dois meses). A Fortaleza ainda está passando pela fase experimental inicial.

Voltando à história da Fortaleza mais antiga e dos efeitos positivos gerados por ela, em termos numéricos, o projeto de valorização *do pan di sorc*, de 2006 até hoje, tem significado:

- o aumento de superfície cultivada com método orgânico de 3200m² para 6 hectares;
- o aumento de superfície cultivada com variedades tradicionais e destinada à alimentação humana (milho *cinquantino*, centeio, hortaliças locais sazonais) de 500m² para 10 hectares;
- a inserção de 4 empresas locais no trabalho de animação turística e didática;
- a adesão de 7 microempresas locais na cadeia produtiva do *pan di sorc*;
- a adesão de 14 microempresas produtoras de produtos para o *Paniere* (venda direta ao consumidor);
- o aumento dos participantes nas atividades anuais ligadas ao projeto do ecomuseu (cursos, seminários, oficinas, degustações) de 26 para 2180 (dados do Ecomuseo referentes ao período 2006-2013).

Além dos resultados quantificáveis, existe uma série de grandes e pequenas consequências cuja abrangência é, para nós, o aspecto mais relevante dessa história. Ela inclui:

1. o enriquecimento do Arquivo da Memória do Ecomuseu, graças ao inventário participativo de todo o patrimônio material e imaterial relativo à gastronomia, às técnicas e aos saberes e aos utensílios tradicionais;
2. a reintrodução da multifuncionalidade e da diversidade nas empresas agrícolas envolvidas (transição da cultura intensiva do milho, para rações animais, para as variedades alimentares locais);
3. o favorecimento da agregação de pequenos agricultores profissionais e agricultores amadores em volta de um projeto comum e graças à certificação orgânica compartilhada;
4. a agregação de pequenos produtores reunidos em volta da tutela dos produtos locais de qualidade, das marcas oficiais (*pandisorc*[®] e *Presidio Slow Food*) e envolvidos na definição participativa do *disciplinare* (protocolo) de produção da Fortaleza;
5. a conscientização dos pequenos produtores e dos consumidores em relação ao valor agregado das produções artesanais de qualidade, de sua potencialidade comercial e da valorização das cadeias produtivas e do artesanato locais, graças à criação do *Paniere* e da venda através dos GAS;
6. o favorecimento de experiências didáticas e trocas culturais além dos confins territoriais (por exemplo, através da parceria com as escolas de Milpa Alta e Xochimilco)
7. a promoção territorial em prol da oferta e da visita turística qualificada (natureza, geologia, agricultura, biodiversidade, história, tradições populares, gastronomia etc.)
8. a consolidação da atividade didática para a população (jovens e adultos) por meio de cursos de formação e oficinas de agricultura, artesanato e gastronomia;
9. a atividade de educação para o consumo destinada a jovens e adultos, realizada graças à colaboração de formadores e técnicos fornecidos pelo Slow food;
10. a colaboração com o Departamento de Saúde Mental da ASS 3 Alto Friuli e os benefícios sociais e sanitários devidos à inclusão de pacientes em atividades produtivas e didáticas;
11. a criação de tempos e espaços para o trabalho voluntário gratificante e envolvente para pessoas idosas, chamadas a transmitir saberes e técnicas e a dedicar seu tempo para atividades comunitárias e formativas.

Como vimos, o número de produtores beneficiados em termos econômico-monetários é exíguo – e estável, já que não entram novos microempresários. O complemento de renda que as atividades produtivas e comerciais ligadas ao projeto permitem é modesto.

Por outro lado, fica evidente que, apesar de a valorização do produto e da cadeia produtiva ser um dos objetivos do projeto, o corolário de seus efeitos é bem mais amplo, e é pensado para ir além. O percurso de valorização e o produto são um “guarda-chuva”. Além dos aspectos monetários, eles abrigam e desencadeiam processos de criação de valores extensos e variados. O que poderíamos chamar de “balanço social”, ou inventário global da experiência, isto é, seu efeito no estímulo a favor da manutenção do capital territorial global – especialmente no que diz respeito à memória, ao envolvimento dos atores e dos recursos mais frágeis e marginalizados – é bem mais significativo do que o benefício financeiro e comercial. Mesmo assim, o trabalho de coordenação multissetorial realizado pelo Ecomuseo faz com que a produção do *pan di sorc* se mantenha sustentável, também do ponto de vista econômico.

Essa atenção, essa vocação ao cuidado da dimensão social, dos valores imateriais compartilhados que alimentam o repositório de capital territorial, assim como o espírito empresarial, a procura do lucro por meio da dedicação pertinaz ao trabalho e a melhoria da condição material de vida individual, de certa forma, refletem o caráter geral do território e das populações daquela região.

Como no caso da Toscana, as formas de associativismo de base, o civismo e o bom desempenho das administrações públicas remontam a circunstâncias geopolíticas e históricas passadas e constituem uma tradição diuturnamente mantida na região. Considerando apenas os últimos dois séculos e a área restrita de nosso campo de estudo, a presença e importância históricas de algumas organizações sociais, de várias naturezas e em vários âmbitos, são abundantemente mencionadas por nossos entrevistados. Entre elas, o consórcio para a gestão local das águas (ativo desde final do século XIX); o hospital, o asilo e o hospício feminino mantidos pela Opera Pia de Gemona⁸⁶; a forma associativa e representativa da reunião dos chefes de famílias da *borgata agrícola*, análoga à comunidade agrícola encontrada no caso da Toscana, ativa no Friul-Veneza Júlia ainda na década de 1970; os núcleos de resistência *partigiana* armada à ocupação nazifascista, durante os anos da Segunda Guerra mundial (como a célebre *Brigata Osoppo*); a difusão das cooperativas rurais, tanto de afiliação política

⁸⁶ A *opera pia* (lett. obra pia) é uma instituição de caridade, assistência e beneficência típica da Itália. Originárias da Idade Média e abundantemente difundidas a partir do século XVI, as *opera pia* são geralmente fundadas por congregações, ordens ou irmandades locais de matriz religiosa que se encarregam de dar assistência a pobres e enfermos e de oferecer educação, instrução, capacitação profissional ou qualquer outro meio útil para melhorar, material ou espiritualmente, as condições de vida.

democristiana (democrata cristã) assim como “vermelha”. Esses são apenas poucos exemplos. Em épocas mais recentes, o trágico evento do terremoto ressaltou em nível nacional e europeu a força e eficiência da capacidade organizativa e de autogestão local – traços que, notoriamente, são escassos na cultura da população italiana centro-meridional mas que, pelo contrário, são tidos como típicos dos italianos setentrionais. Da situação de emergência e das modalidades de gestão da crise e da reconstrução desenvolvidas após o terremoto, emergiu um conceito ainda hoje famoso e exemplar: o “modelo Friuli”.

Logo depois do terremoto, foram imediatamente envolvidos o governo regional e os prefeitos das cidades atingidas para trabalhar junto com o Comissário extraordinário (Giuseppe Zamberletti), desde o começo da emergência. Pela primeira vez na história italiana, foram instituídos centros operacionais com o objetivo de dispor, em cada município, de um órgão diretivo, formado por representantes de administrações públicas e privadas, sob a presidência do prefeito, e que fosse dotado de conhecimento direto das características do território e de seus recursos e de poder decisório nas operações de socorro. Além disso, na fase de reconstrução, a faculdade de decidir foi atribuída aos prefeitos, para que mantivessem vigilância direta e fizessem com que as populações sentissem a proximidade das instituições. A população participou ativamente da reconstrução do tecido social e urbano, esse último restabelecido em pouco mais de quinze anos, segundo o ideal do “como era, onde estava”, isto é, tentando reproduzir fielmente face e posição dos prédios destruídos (por anastilose).

Etelca conta:

Após o terremoto as coisas mudaram. Com o terremoto, chegaram os voluntários, tinha o desconforto... Famílias que não se falavam mais começaram a se falar de novo, porque tinha a necessidade de se ajudar. Que, naquele nada, era fortíssima. Aqui em Gemona, na *tendopoli* (acampamento) de Godo, tinha uma forma de autogestão. Na época, do ponto de vista da organização social local, ainda existiam comitês de bairro, vamos dizer, os comitês de *borgata* (núcleo de assentamento rural plurifamiliar, NdA). Não sei como te explicar. Eram como circunscrições. Em cada município, junto com as eleições do prefeito, a gente elegia quatro ou cinco pessoas. Geralmente eram os chefes de família mais influentes da *borgata*. Eles iam formar esse núcleo administrativo da *borgata*. Os problemas dos grupos de vizinhos eram discutidos nesses círculos e, depois, apresentados na assembleia da prefeitura. Bom, na época do terremoto tinha a autogestão quase total. Os comitês de *borgata* geriam os voluntários, a logística do acampamento... Existe uma tese universitária belíssima de um menino que estudou a autogestão das comunidades durante o pós-terremoto. [...] E essa foi uma coisa, na minha opinião, que funcionou muito bem. Porque disso, depois, surgiu a exigência de dizer: “Vamos reconstruir nossa

cidade como era e onde era”. Foi a comunidade que decidiu que tipo de reconstrução queria. Portanto a comunidade se percebeu como sujeito ativo. Realmente, pegou a situação em suas mãos.

Gemona, está escrito no site da Pro Loco⁸⁷ local, é um centro muito rico em associações. Existem 136 associações oficialmente reconhecidas, nos mais variados âmbitos (esporte, saúde, teatro, musicologia, arqueologia, clube alpino, organizações de vizinhos, alcoólicos anônimos, jovens das paróquias, voluntários, professores e escoteiros, entre outros). Todas elas estão reunidas no *Coordinamento delle Associazioni Culturali e di Volontariato Sociale di Gemona del Friuli*, órgão fundado em 1998 com o intuito de “fazer uma rede das diferentes associações gemoneses caracterizadas por objetivos comuns” (em: <<http://www.prolocogemona.it/index.php?associazioni>>, acesso em: maio de 2015). O texto que apresenta a rede associativa local é exemplificativo do espírito que anima o território:

“O *Coordinamento delle Associazioni* é considerado pelas entidades que o compõem uma grande força e uma oportunidade. Unindo ideias, competências, habilidades e energias de muitos é possível operar para a comunidade inteira. Enquanto a tendência ao individualismo e ao interesse particular é cada vez mais difusa, a experiência do *Coordinamento* pretende manter vivos os vínculos sociais e as relações que contribuem para o bem-estar da comunidade e que constituem para ela um ‘fator importante de prevenção e proteção’. Todos os voluntários do *Coordinamento* julgam importante continuar difundindo a cultura do serviço e da atenção para com os outros, consolidando a ópera silenciosa e capilar de tessitura entre todos os que cuidam do presente e do futuro do território e das pessoas que o habitam” (<<http://www.prolocogemona.it/index.php?associazioni>>, acesso em: maio de 2015, tradução e itálico nossos).

Realmente, o pro-ativismo e a eficiência dos entes de promoção territorial e dos órgãos públicos locais, assim como o diálogo entre eles, a atenção ao serviço e à transparência para com os cidadãos representam um marco emblemático da região – e das regiões italianas setentrionais, em geral – ao ponto de se tornarem paradigmáticos para o resto do país.

As raízes da Cooperativa Utopie Concrete, com a qual abrimos essa história, e do empenho de nossos protagonistas se imergem justamente nesse terreno. Nasceu do ativismo ambientalista, do grupo paroquial, do apoio de um parroco progressista e graças aos jovens

⁸⁷ Na Itália, as *Pro Loco* são associações locais que nascem em função da promoção (especialmente turística) e do desenvolvimento do território de pertencimento. A primeira *Pro Loco* italiana foi criada em 1881 em Pieve Tesino, na região Trentino-Alto Adige (divisa com a Áustria e a Suíça). As centenas de *Pro Loco* existentes estão reunidas na *Unione Nazionale delle Pro Loco d'Italia* (UNPLI). O nome *Pro Loco* deriva do latim e significa "em prol do lugar".

reunidos para publicar – com o apoio de um parroco progressista – um jornal de protesto (*// Gri i Bujia*, literalmente O grilo de Bujia). Etelca afirma:

Uma hora, nós percebemos que precisava passar do protesto à proposta: o que vamos fazer? [...] Desenvolvimento sustentável, pequenas soluções para poluir menos... Era vontade de mudar o mundo a que tínhamos. Na minha opinião, as bases são essas. Nossas raízes culturais e pessoais. Se você tem uma tensão utópica enorme que te empurra para fazer coisas... Enfim, você acredita naquilo.

Entretanto, a tradição cívica local, de empenho e participação, de atenção à preservação do meio ambiente e do território, na simples análise histórica e social elaborada por Etelca, é considerada de uma forma crítica e ambivalente. Enquanto nas décadas de 1960 e 1970 prevaleciam formas de solidariedade difusa entre a população rural e as famílias dos primeiros operários que emigravam para fora da região, mais tarde, entre os sobreviventes do terremoto, houve a “corrida rumo à modernidade e ao bem-estar”, diz Etelca: mudaram os modelos de relações sociais, de trabalho e produtivas, estimulando atitudes mais individualistas. A tradição foi suplantada por modelos novos e novos valores, lamenta Etelca. Estes, no caso específico dos processos que ela acompanha no âmbito do Ecomuseo, traduzem-se na dificuldade de envolver e manter muitos atores locais dentro do projeto. Porém, os operadores do Ecomuseo não desistem, conscientes de que os poucos que ficam e que mantêm vivo o experimento são suficientes para constituir um modelo de boa prática – “nem que seja pequeno” – a ser divulgado e imitado ao longo do tempo, com sucessos cada vez maiores. Esse é o ideal fundamental que motiva Maurizio e Etelca.

Etelca é precisa na análise dos fatores sociodemográficos que afetam a resposta da população local às atividades propostas pelo Ecomuseo: tem um retorno ótimo da parte do público com nível de instrução superior. Estas pessoas, hoje, são muito sensíveis à questão de comer bem e de forma saudável e se preocupam com a procedência dos alimentos, especialmente para os filhos, afirma Etelca. Por isso estão dispostos a gastar mais e comprar em lojinhas de produtos naturais. Por isso, também, as lojas de produtos orgânicos estão brotando em todos os cantos. Além disso, nas escolas, há alguns anos, é ensinada a assim chamada “educação ambiental”. Isto contribui bastante para o fato de as gerações mais novas e os que hoje têm cerca de 30 anos se mostrarem mais receptivos.

Etelca e Maurizio, como tivemos oportunidade de escutar, tentam envolver a população, para que se torne protagonista. É explícito e faz parte do objetivo deles e do Ecomuseo. Por isso chamam, procuram, delegam e convidam para participar nas atividades e para compartilhar gestão e tarefas. Além disso, eles demonstram conhecer bem e saber aproveitar os recursos mobilizados por entes, organismos e redes já presentes e ativos no território, assim como o vasto tecido de contatos locais e extralocais que eles forjaram ao longo desses anos. Isto é, os dois, pessoalmente, conseguem usufruir das redes existentes e dispõem de contatos enriquecedores. Apesar disso, resulta evidente que eles dois são o sustentáculo, são os impulsionadores vitais, por assim dizer, indispensáveis. Sem eles, nada do que foi e é feito aconteceria.

Para esboçar a análise da experiência e da situação atual da Fortaleza do Pan di Sorc e da valorização territorial do Gemonese, é oportuno sublinhar a premissa: em Gemona existe um Ecomuseo que ativa e admiravelmente se dedica a iniciativas de animação territorial, se encarrega da preservação da memória local, de proporcionar percursos de valorização dos recursos para o desenvolvimento sustentável e que se coloca como agente facilitador e articulador entre diferentes atores e instâncias territoriais. Junto com o Ecomuseo, no território, trabalham uma multiplicidade de entes e associações sociais. Essa é primeira constatação de base. A partir dela e tendo isso presente, podemos aprofundar a propósito de motivações e processos.

Em primeiro lugar, o empenho social e cívico da população local dispõe de uma grande quantidade de canais expressivos. Portanto, no dia-a-dia, em vez de ser concentrado em volta de um único centro, ele é difuso e capilar, como através de ladrilhos de um mosaico. Provavelmente, esse reservatório de capital social voltaria a se compactar por ocasião de uma emergência coletiva, mais ou menos grave (como é o caso de um terremoto, por exemplo).

Por outro lado, observando especificamente a experiência do Ecomuseo e o papel de seus dois operadores, cabe constatar que a atitude em relação ao trabalho voluntário, a ideia da missão, da preservação da identidade territorial e o comprometimento particular em prol da harmonia e do desenvolvimento coletivo são a tradução direta de uma escolha de engajamento forte e fortemente pessoal. Maurizio e Etelca, já desde antes da criação da primeira cooperativa de jovens, vivem em razão da ética de engajamento social ativista que, individualmente, abraçaram. Seriedade, coerência, constância e subjetividade do comprometimento ético, em volta de temáticas e para benefícios coletivos, orientadas em prol de uma missão educadora e propagadora, são muito fortes e sustentam a ação. Isto comporta

o risco de uma motivação animadora, envolvente, porém concentrada apenas no indivíduo, na pessoa específica. Ou seja, de uma base motivacional não tão difusa como deveria – e como é no caso de estudo toscano – que por ser tão transbordante e “puxante”, acaba predominando. E induz as pessoas em volta a se apoiar, a “pegar carona” com o ativismo enorme de duas – apenas duas – pessoas.

As propostas de inovação e as mudanças encontram resistência, em geral, e especialmente de quem vive de uma atividade de produção e venda (restaurantes, padeiros, agricultores, etc.). Esse é um dos fatores. Paralelamente, a dificuldade de puxar novos produtores e a perda de alguns dos iniciais, acreditamos, dependem do fato de o *pan di sorc* ser um produto, por sua natureza, desprovido de grandes perspectivas comerciais. É o símbolo, o vestígio de uma identidade cultural arbitrariamente resgatada. O projeto de valorização desse produto local, apesar de tê-lo como fulcro, acaba agindo mais em termos de efeitos sociais e ambientais benéficos do que em função da otimização do lucro ou do incremento de renda do produtor individual. Segundo nossa interpretação, a proposta de fundo do Ecomuseo é propiciar uma plataforma ética, social e territorialmente virtuosa, para aqueles empreendedores – mas não apenas para eles – que queiram, a partir e em linha com essa ideia, usufruir dos percursos abertos, para, depois, crescer autonomamente, achando fórmulas e canais ulteriores para agregar valor e transpor o conceito de valorização territorial para o plano produtivo e profissional.

De fato, o ciclo de tradução da valorização resulta completo no que diz respeito ao cumprimento das etapas (problematização, envolvimento, participação, mobilização). Porém, ele está um pouco desequilibrado em relação ao papel do centro propulsor (o Ecomuseo) e de seus operadores. Eles, mais do que os demais atores chamados a participar, acabam resolvendo tudo e dão os passos necessários. As redes já existentes que o Ecomuseo aproveita são amplas e horizontais. As novas redes, criadas em função do projeto específico da Fortaleza, apesar das tentativas e da boa vontade de Etelca e Maurizio, acabam sendo ainda verticais e restritas em volta do papel forte do nó central. A autonomia dos atores envolvidos e o mecanismo de desencadeamento de consequências positivas é limitado, se comparado com o que aconteceu com a Fortaleza do Fagiolo Rosso de Lucca. Os produtores nem sempre agem como protagonistas empoderados – é necessário lembrar que são poucos, alguns deles amadores e aposentados – e parecem atuar sob a orientação tutelar e “paterna” de Etelca e Maurizio.

Mesmo assim, é admirável o fato de ter surgido uma Fortaleza nova – que do ponto de vista da sustentabilidade econômica, ainda está engatinhando e precisa de muito

acompanhamento, afirma Etelca. Devido à tipologia de produto, à faixa etária dos produtores (mais novos), ao potencial comercial e ao volume da produção, a Fortaleza do Formaggio di Latteria Turnaria será um laboratório interessante para observar a evolução de dinâmicas possivelmente diferentes daquelas do *pan di sorc*. Para a criação da nova Fortaleza, o contato constante com o entusiasmo, a confiança e o estímulo de Francesca Baldereschi, já partícipe do trabalho do Ecomuseo com o *pan di sorc*, tem sido decisivo. O Slow Food e sua rede regional, presente com os Convivia das cidades principais do Friul-Veneza Júlia e através de 9 projetos Fortalezas atualmente ativos⁸⁸, age garantindo apoio, motivação, suporte técnico e a visibilidade da vitrine do movimento.

O estado atual em que se encontram os animadores do desenvolvimento territorial e os produtores de Gemona levanta um ponto de reflexão importante, relativo aos ofícios necessários à condução de projetos desse tipo, seja qual for o contexto geográfico. De forma conclusiva, adotamos a reflexão de Etelca, que, desde Gemona, se estende aos estudos de caso do Brasil:

Eu acho que são projetos que precisam de certo tempo para consolidação, independente que seja no Brasil ou aqui. Culturalmente, quem produz, está todo concentrado na produção, em fazer bem o trabalho dele. É como numa fábrica, costumo dizer. Tem quem cuida da produção e quem cuida do marketing. Por isso, tem que ter as duas figuras. Então, quem propõe esses projetos, tipo o Slow Food, deveria encontrar localmente um ecomuseu ou uma organização do tipo, uma associação, um ente, uma escola, que se empenha voluntariamente ou recebendo alguma forma de compensação em fazer essa parte, em acompanhar o projeto, em orientar. É preciso ter alguém que sirva de liga, que agregue e coordene. E que depois se torna a figura de referência para cada produtor envolvido. Porém, para se tornar figura de referência, também precisa de anos e constância. É isso. A ONG, o governo, o Slow Food: qualquer que seja o promotor, ele tem que fazer o esforço de achar uma pessoa que fique acompanhando de perto. [...] De dez projetos iniciados, cinco vão falir. Mas os cinco que derem certo servem de exemplo para outros. Fracasso de um projeto é normal [...]. Porque, no final das contas, essas coisas são mudanças culturais. Precisa de tempo. Eu não sei como é no Brasil, não tenho ideia. Mas fico pensando como era aqui. Os que trabalhavam sob um patrão estão acostumados a receber ordens. É difícil que se organizem sozinhos.

⁸⁸ O número de Fortalezas, durante a elaboração da presente tese, entre junho de 2014 e julho de 2015, passou de 3 para 9.

4.6 ESPERO QUE OUTRAS PESSOAS ABRACEM ESSE TREM AÍ. A FORTALEZA DO PINHÃO DA SERRA CATARINENSE

Serra Catarinense, a maior cadeia de montanhas do sul do país. Mais de 16000 km², equivalente a 17% do território do estado de Santa Catarina.

Municípios: Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Bom Jardim da Serra, Bom Retiro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Lages, Otacílio Costa, Paniel, Palmeira, Ponte Alta, Rio Rufino, São Joaquim, São José do Cerrito, Urubici e Urupema.

Clima: subtropical úmido, com quatro estações bem definidas. Inverno bastante rigoroso, com registros de temperaturas marcando abaixo de zero e precipitações de neve em várias localidades.

Geomorfologia: na Serra Catarinense está o ponto mais alto do estado, o Morro da Boa Vista (entre os municípios de Urubici e Bom Retiro), com altitude de 1.827 metros. O segundo ponto mais elevado é o Morro da Igreja com 1822 metros acima do nível do mar (município de Bom Jardim da Serra, divisa com Urubici, Grão Pará e Orleans). O Morro da Igreja é o ponto habitado mais alto da Região Sul do Brasil.

É um das regiões brasileiras de mais forte relevo e, com certeza, o lugar com registro das temperaturas mais baixas.

Desde final do século XIX, a região foi atingidas por fluxos e assentamentos importantes da imigração portuguesa, alemã, leta e italiana.

Durante a época na qual Roberta Marins de Sá trabalhava no MDA para a realização dos projetos do Slow Food (cf. cap.2), ela viu no pinhão da Serra Catarinense um produto idôneo para constituir uma Fortaleza. Graças a seu intenso trabalho de pesquisa e articulação e a partir do envolvimento de três organizações locais reunindo alguns agricultores dos municípios de Urubici e Lages, o pinhão foi declarado Fortaleza em 2008. As três organizações envolvidas eram o Grupo Ecológico Renascer, a cooperativa Ecoserra e o Centro de Viane de Educação Popular.

O Grupo Ecológico Renascer, ativo desde final da década de 1990, é a associação dos agricultores orgânicos do município de Urubici.

A cooperativa Ecoserra, sediada em Lages, reúne agricultores das regiões de Lages e Urubici. Segundo a definição que a própria Ecoserra dá de si, se trata de “uma cooperativa de agricultores e agricultoras familiares agroecológicos com objetivo de promover a organização da produção, agroindustrialização, compra e venda de produtos e insumos agroecológicos/orgânicos e artesanais” (<<http://www.cooperativaecoserra.com.br/index.php/quemsomos>>, acesso em: maio 2015). Fundada no ano de 2000, atualmente a Ecoserra possui 420 sócios, cujas produções a cooperativa comercializa através de pequenas lojas de produtos orgânicos, feiras e atacadistas. Por ser um ente coletivo legalmente reconhecido, comercializa os produtos dos associados também através do Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e do Programa Nacional da Alimentação Escolar (PNAE). O trabalho da Ecoserra conta com o apoio e o patrocínio do Instituto OI Futuro, através do programa OI Novos Brasis (projeto “Promoção da Sociobiodiversidade e Segurança Alimentar e Nutricional com Geração de Renda no Planalto Catarinense”) e da Rede Ecovida⁸⁹. A cooperativa está vinculada à Ong Centro Vianei de Educação Popular de Lages. Nascido em 1988, o Centro Vianei atua na área rural da Serra Catarinense trabalhando três âmbitos: a difusão de arranjos produtivos agroecológicos; a promoção da educação do campo, numa perspectiva de formação para cidadania; a defesa do patrimônio imaterial da região. O Centro Vianei conta com o apoio institucional do IPHAN, do FUNBIO (Fundo Brasileiro para a Biodiversidade), e do MISEREOR (Obra episcopal da Igreja Católica da Alemanha para a cooperação para o desenvolvimento).

O produto identificado como Fortaleza, o assim chamado pinhão da Serra Catarinense, é a semente da araucária (*Araucaria angustifolia*), uma árvore secular que alcança os 40 metros de altura, também conhecida como pinheiro brasileiro, pinheiro do Paraná ou pelo nome de origem indígena *curi* (Figura 34). A espécie, emblemática das regiões serranas do Sul do Brasil, domina a floresta ombrófila mista. Já amplamente explorada por sua madeira, a araucária viu diminuir de forma drástica a extensão de suas florestas originais em toda a sua área de ocorrência, que foram substituídas por cultivos de pinheiro canadense (*Pinus elliottii*).

⁸⁹ A Rede Ecovida, fundada em 1998 em Santa Catarina, conecta agricultores familiares, técnicos e consumidores reunidos em associações, cooperativas, grupos informais, pequenas agroindústrias, comerciantes ecológicos e pessoas comprometidas com o desenvolvimento da agroecologia. O funcionamento da Rede é descentralizado e está baseado na criação de núcleos regionais. Atualmente, a Rede Ecovida conta com 23 núcleos regionais, abrangendo em torno de 170 municípios, localizados principalmente no Sul do Brasil. Seu trabalho congrega, aproximadamente, 200 grupos de agricultores, 20 ONGs e 10 cooperativas de consumidores. Em toda a área de atuação da Ecovida, existem mais de 100 feiras livres ecológicas e outras formas de comercialização. Os objetivos da rede são: desenvolver e multiplicar as iniciativas em agroecologia; estimular o trabalho associativo na produção e no consumo de produtos ecológicos; articular e disponibilizar informações entre as organizações e pessoas; aproximar, de forma solidária, agricultores e consumidores; dispor de uma marca e de um selo agroecológicos, fruto de um processo de certificação participativa (<<http://www.ecovida.org.br/>>, acesso em: maio 2015).

Atualmente, a araucária consta na lista de espécies brasileiras ameaçadas de extinção, sua exploração está limitada e regulada por lei e, apesar de os remanescentes de suas florestas serem de tamanho modesto, ela é objeto de preservação *in situ* em algumas Unidades de Conservação brasileiras (Parque Nacional de São Joaquim, Parque Nacional das Araucárias, Estação Ecológica da Mata Preta, Horto Florestal de Campos do Jordão, Floresta Nacional de Irati, Reserva Florestal Embrapa/Epagri de Caçador, parques nacionais de Aparados da Serra e do Iguaçu; PIRES, 2003, 2004, 2006, PIRES; BASSO, 2010; MORETTO, 2007).



Figura 34. Uma Araucária em seu habitat natural (foto da autora, Serra Catarinense, fevereiro 2014).

O pinhão é uma semente de cerca de 4 cm, de cor de marfim e forma alongada, envolta por uma casca grossa e coriácea. Os pinhões, em um número entre 10 e 120, são contidos em pinhas de grandes dimensões. Pesquisas históricas mostram que o pinhão era colhido e consumido já pelos indígenas Kaingang e Xokleng (SLOW FOOD BRASIL, 2008).

Ao longo dos anos, o pinhão ficou ligado a práticas de uso diferentes e mutáveis, algumas das quais passaram a integrar o corpo de tradições ligadas à semente e, mais recentemente, a ser objeto de um resgate identitário e folclórico. Como nos conta Natal, do Centro Vianeí:

A primeira das tradições, a mais contundente delas é de que nunca se comercializava pinhão na região. No começo do século, se vendia um subproduto do pinhão, que era o porco, a banha do porco, e o próprio porco que era alimentado, na época do inverno, com o pinhão. Com os porcos e o pinhão se fazia a tropeada da região serrana, por exemplo, para o litoral sul do estado. Então, toda aquela região de Lauro Muller, Orleans, tem um monte de frigorífico agora. Descia-se com uns cem, cento e cinquenta, duzentos porcos, caminhando terra abaixo. Então, nunca se teve

uma tradição de vender o pinhão. Ou de fazer feiras, festas, quermesses com o pinhão. É tudo muito recente. Vinte anos, trinta anos, por aí. Porque ele não era um produto muito valorizado enquanto alimento. Era um produto, tipo, de segunda mão, de segunda categoria. Quem comia pinhão é porque era muito pobre, ou porque estava numa situação difícil. Antigamente, era para o porco.

Ao longo das décadas, o pinhão foi integrado na tradição gastronômica local, até que acabou se tornando – e sendo conhecido – como um produto típico, um ingrediente fundamental dos pratos invernais da Serra Catarinense. O pinhão, hoje, se consome puro, cozido ou assado no fogo (na forma tradicional da *grinfa* ou da sapecada), inteiro ou moído. Com o pinhão se faz a paçoca (pinhão cozido, moído e misturado com carne seca) e o entrevero (cozido de verduras e carnes com pinhão).

A semente dá o nome à festa que acontece anualmente em Lages, desde 1989 – apesar de a Festa do Pinhão não ter sido pensada, originariamente, para chamar a atenção para a gastronomia da região. De fato, nos últimos anos, a identificação da cultura e da tradição da Serra com o pinhão tem aumentado muito, graças à uma atenção nova, dedicada, em vários âmbitos, ao produto e a suas potencialidades.

O pinhão, *in natura*, é um produto bastante perecível. Na pinha ou sem um processo de cozimento e congelamento, ele dura no máximo três meses, tempo durante o qual a semente começa a brotar.

Incluído há pouco tempo na lista dos produtos da sociobiodiversidade brasileira e no Plano Nacional para a Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade (PNPSB)⁹⁰, o

⁹⁰ Segundo a definição ministerial, são produtos da sociobiodiversidade bens e serviços (produtos finais, matérias-primas ou benefícios) gerados a partir de recursos da sociobiodiversidade, voltados à formação de cadeias produtivas de interesse dos povos e comunidades tradicionais e de agricultores familiares. O Plano Nacional para a Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade (PNPSB), foi criado pelo Governo Federal para promover a conservação e o uso sustentável da biodiversidade e garantir alternativas de geração de renda para as comunidades rurais, por meio do acesso às políticas de crédito, à assistência técnica e extensão rural, a mercados e aos instrumentos de comercialização e à política de garantia de preços mínimos. O PNPSB é coordenado pelos ministérios do Meio Ambiente (MMA), Desenvolvimento Agrário (MDA), Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS) e pela Companhia Nacional de Abastecimento (Conab), e conta com diversos outros atores em sua estrutura: os governos estaduais, a Casa Civil, Agência Nacional de Vigilância e Inspeção Sanitária (ANVISA), o Serviço Florestal Brasileiro (SFB), o Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), a Agência de Cooperação Técnica Alemã (GIZ), a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), o setor empresarial, as agências de fomento e a sociedade civil organizada. O PNPSB, conforme estabelecido na Portaria Interministerial MDA/MDS/MMA nº 239, de 21/07/09, tem suas ações focadas em seis eixos: 1) promoção e apoio à produção e ao extrativismo sustentável; 2) estruturação e fortalecimento dos processos industriais; 3)

pinhão pode ser coletado apenas na época prevista pelo seu defeso legal, isto é, a partir do dia 1º de abril, até o final da safra, que corresponde, geralmente, com o início do inverno.

Já desde antes da instituição da Fortaleza, o pinhão da Serra Catarinense era objeto de uma intensa atividade extrativista, voltada ao consumo e à venda, que apresentava e continua apresentando aspectos de sustentabilidade ambiental críticos. As pinhas são colhidas por catadores que sobem nas árvores, a 30, 40 metros de altura, geralmente sem equipamento de segurança. Não é raro que alguns dos catadores não respeitem as épocas de defeso, começando a coleta antes do previsto. A extração da semente da araucária, devido a sua grande demanda de mercado, representa uma forma de espoliação bastante intensa. Geralmente, o pinhão que não é consumido em casa ou localmente é vendido nas estradas ou para comerciantes intermediários que abastecem lojas e supermercados das cidades da região, até chegar aos mercados de São Paulo e Brasília.

O catador recebe entre 1,20 e 3,50 reais/kg de pinhão *in natura*, com pontas superiores de até 5 reais, quando a safra anual é escassa. O preço do pinhão no mercado urbano regional, conforme verificado nos comércios varejistas de Florianópolis, se mantém acima dos 5 reais por quilograma e sobe, no final da safra ou em anos de produção escassa, até 12-14 reais.

Se não for cozido, moído, embalado e congelado, o pinhão é indisponível fora da época de safra. Porém, a possibilidade de processá-lo e conservar seus derivados, junto com os dados positivos de demanda e preço para consumo, tornam o pinhão um produto versátil, com uma *shell life* extensível e boas potencialidades de mercado – ainda pouco estudadas e exploradas.

Hoje e há muitos anos, a coleta do pinhão representa, de forma heterogênea, uma fonte de complementação de renda anual considerável para os habitantes da região. Entretanto, esta atividade extrativista apresenta dois problemas principais: a condição de trabalho extremamente insegura para os que sobem nas árvores para pegar as pinhas e as

estruturação e fortalecimento de mercados para os produtos da sociobiodiversidade; 4) fortalecimento da organização social e produtiva; 5) ações complementares para fortalecimento das cadeias de produtos da sociobiodiversidade; 6) ações complementares para a valoração dos serviços da sociobiodiversidade. (Fontes: <<http://www.mma.gov.br/desenvolvimento-rural/sociobiodiversidade>>, acesso em: maio de 2015; PLANO NACIONAL DE PROMOÇÃO DAS CADEIAS DE PRODUTOS DA SOCIOBIODIVERSIDADE Grupo de Coordenação Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA Ministério do Meio Ambiente – MMA Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome - MDS Brasília, julho de 2009, disponível em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_arquivos_64/PLANO_NACIONAL_DA_SOCIOBIODIVERSIDADE-_julho-2009.pdf>, acesso em: maio de 2015)

consequências ambientalmente prejudiciais devidas à forma de coletar o pinhão (“derrubada” dos frutos ditetamente da planta).

Os objetivos declarados do projeto, na época da criação da Fortaleza, eram: colaborar com a Ecoserra e o Grupo Renascer para a consolidação de práticas de coleta sustentáveis, em prol da salvaguarda do equilíbrio do ecossistema e da floresta de araucária; auxiliar os coletores a obter uma remuneração mais adequada; apoiar as produtoras do Grupo Renascer na instalação de uma unidade de processamento para produção e embalagem de transformados tradicionais à base de pinhão, destinados a um mercado local e nacional (a ideia era realizar um projeto piloto a ser replicado em outras comunidades da Serra Catarinense; SLOW FOOD, 2008 Pinhão).

A Fortaleza, portanto, surgiu com os intuitos claros de melhorar a cadeia produtiva e comercial do pinhão, com respeito à agregação de valor para os produtores e, ao mesmo tempo, de trabalhar para a preservação e o manejo sustentável da araucária. Devido aos contatos e à parceira inicial, a Fortaleza é constituída pelos agricultores familiares da cooperativa Ecoserra e do Grupo Renascer, os quais, nos meses da safra, integram a renda vinda de suas produções usuais de hortaliças e frutas com a venda do pinhão colhido das árvores que estão dentro de suas terras ou nas vizinhas.

Durante esses sete anos de vida, o progresso do projeto da Fortaleza tem revelado um andamento oscilante e menos profícuo que o esperado. Porém, nunca foi extinto e hoje está em fase de recuperação.

Um dos problemas principais é representado pelo fato de os agricultores que fazem parte do Ecoserra e do Renascer serem apenas uma mínima parte dos catadores de pinhão intensamente ativos na região da Serra, que abastecem mercados e atravessadores regionais e nacionais. Portanto, a adesão a um projeto de uso ético e sustentável do recurso interessou, em proporção, pouquíssimos extrativistas do pinhão (apenas os agricultores agroecológicos associados da Ecoserra e do Renascer, concentrados em Lages e Urubici). E, ao longo desses anos, o número desses últimos não aumentou significativamente. O projeto Fortaleza não se expandiu, não ganhou novas adesões nem deu vida a experiências ulteriores. Pelo contrário, ele foi perdendo a participação ativa e a identificação dos produtores formalmente incluídos no projeto. Para muitos, a ideia de ser produtor de um produto Fortaleza foi se esvaziando de significado e de consequências efetivas.

O financiamento inicial, obtido na hora da instituição da Fortaleza através do Slow Food e pelo patrocínio da Regione Veneto, foi utilizado para a realização de folders, cartilhas e material informativo oficial, para a divulgação da história e das características do produto. Além disso, já a partir de 2007, um ano antes de sua instituição formal, alguns representantes da Fortaleza foram à Itália para participar em todas as edições do Salone del Gusto-Terra Madre.

Graças ao projeto Fortaleza e, principalmente, com recurso de outro projeto do MDA, foi equipada uma unidade de beneficiamento do pinhão (agroindústria familiar). Ela está na comunidade São Pedro, em Urubici. Graças ao apoio do Centro Vianeí, algumas mulheres da região limítrofe trabalham na produção de pinhão cozido e moído. Embalado e etiquetado, o produto é vendido pela Ecoserra. A produção, se excluirmos os preparados frescos ocasionais (tortas, pães, etc.) está limitada a essa única tipologia de produto, o qual é vendido em pequena quantidade e quase exclusivamente nos mercados extralocais (as mulheres e os habitantes da região da Serra fazem e congelam em casa seu próprio pinhão cozido).

Do ponto de vista das atividades econômicas, após as fases históricas anteriores, com predominância da pecuária e da produção madeireira, hoje a região é caracterizada por uma importante produção hortifrutigranjeira, realizada por médias e pequenas empresas, com gestão familiar. Prevalece o minifúndio, com propriedades entre 20 e 100 hectares de extensão. Conforme declarado pelos entrevistados, a produção agrícola orgânica e agroecológica está se expandindo e diversificando, passando a incluir produtos com alto valor agregado, como o caso do morango orgânico, graças também aos programas de acesso ao crédito (Pronaf) e à presença de entes e centros de assistência técnica e apoio à comercialização dessas produções, ativos localmente, nas cidades da região e em nível estadual.

A beleza dos atrativos naturais da Serra Catarinense constitui a base para as atividades ecoturísticas que, cada vez mais, implementam a economia da região.

Além disso, a agroecologia diversificada, o ecoturismo e uma nova fórmula agroturística, consolidada na região – a chamada Acolhida na Colônia, que combina agricultura familiar e recepção turística – representam recursos úteis para frear a forte emigração que, nas últimas décadas, tem levado a população jovem rumo aos centros urbanos maiores.

Dilmo Israel, agricultor familiar e vice-coordenador da Acolhida na Colônia (Figura 35), explica que a Acolhida é uma associação de agricultores preparados para incluir a atividade turística dentro da rotina rural. O projeto surgiu na França em 1989. A ideia chegou ao Brasil

em 1998, graças à iniciativa da agrônoma Thaise Guzzatti, que adaptou ao contexto brasileiro o modelo francês de recepção turística junto a pequenos estabelecimentos agrícolas. A experiência foi inaugurada na região das Encostas da Serra Geral (estado de Santa Catarina).

Hoje, no município de Urubici, 14 propriedades fazem parte da Acolhida na Colônia. A associação foi formalizada em 2009. A partir de então, outros municípios, como São Joaquim, Rio Rufino, Urupema, Bom Jardim e Bom Retiro, entraram na associação. No Brasil, atualmente, a Acolhida na Colônia existe apenas no Estado de Santa Catarina e abrange 27 municípios, reunidos em cinco associações locais (Associação da Serra Catarinense, Associação das Encostas da Serra, Associação do Alto Vale do Itajaí, da região de Ibirama e de Rio do Sul).

Para os agricultores que fazem parte da Acolhida, o princípio de fundo é produzir e oferecer, para o mercado local e para os visitantes, produtos orgânicos, caseiros e saudáveis. Com efeito, além da hospedagem, os membros da Acolhida proporcionam a oportunidade de participar ajudando em todas as atividades do campo, e exercem uma função didática e educativa, no que diz respeito à produção de alimentos naturais, saudáveis e de qualidade.

Dilmo Israel explica:

Os visitantes participam do dia-a-dia da propriedade. [...] Não é nada tão rebuscado. E cada vez mais a gente tem percebido o quanto isso agrada, o quanto isso acaba agradando as pessoas que vêm para um ambiente rural e com toda a tranquilidade, todo o sossego que perderam na cidade. E daí entra a questão da gastronomia, da alimentação, porque hoje a maioria das pessoas que a gente recebe vive nos grandes centros. Já não almoçam, mas sim fazem lanche. Eles vivem do Mac Donald's, das outras coisas... [...] Na nossa propriedade a gente produz a comida que eles comem. A gente faz geleias dos mais variados tipos. [...] Essas coisas são para consumir durante a estada, ou para comprar e levar. A gente põe o rótulo da Acolhida na Colônia. [...] Então a pessoa chega lá, se hospeda, se alimenta com esses produtos e, a hora que ele vai embora, ele leva para casa.

Os turistas que procuram a Acolhida, em muitos casos, são estrangeiros (a fórmula da Acolhida, por existir em 32 países do mundo, é muito conhecida fora do Brasil). A maioria deles vem da França, da Alemanha e da Itália. Os visitantes brasileiros vêm de quase todas as regiões do país, principalmente das grandes capitais (São Paulo e Rio de Janeiro, em primeiro lugar) e das localidades e cidades limítrofes (Vale do Itajaí, Florianópolis, Blumenau, Brusque, Gaspar, Santa Rosa do Sul e Joinville). Entre os parceiros principais da Acolhida na Colônia da Serra Catarinense, há a TAM, o Banco do Brasil, o MDA, as prefeituras locais, a EPAGRI, a Associação

dos Agricultores Ecológicos das Encostas da Serra Geral (AGRECO) e a Ecoserra. Os agricultores da Acolhida são também associados do Grupo Renascer.



Figura 35. Dilmo Israel durante a entrevista, em Urubici (foto da autora).

Perguntamos a nossos entrevistados o que significou a criação da Fortaleza do Pinhão da Serra Catarinense e o ingresso no Slow Food, para os produtores e para o turismo locais. Dilmo Israel responde que o ingresso do Slow Food não significou muito e que, independentemente do Slow Food e da Fortaleza, os agricultores locais já tinham plena consciência da importância e do valor identitário do pinhão e das tradições ligadas ao pinhão e aos demais recursos locais. Segundo afirmado pelos entrevistados, hoje em dia, a relação entre os agricultores da região, o turismo, o Slow Food e o fato de ter uma Fortaleza não tem uma conexão muito estreita. E a consciência dos coletores extrativistas em relação à Fortaleza, ao significado do projeto e às suas possíveis vantagens é muito fraca.

A propósito disso, Natal comenta que o problema é que a maioria dos que coletam pinhão, na região inteira, não o percebem como produto importante: “Vai dar uma graninha e pronto”. O recurso ainda não recebe o reconhecimento que deveria, diz Natal, para sua exploração ser sustentável.

Mas, por outro lado, afirma Natal, a instituição da Fortaleza trouxe elementos positivos: o pinhão ganhou interesse e importância; passou a ser, de alguma forma, representativo da cultura e da identidade da região; e foram realizados cursos, promovidos pelo Ministério da Agricultura, sobre a indicação geográfica do pinhão.

Apesar disso, segundo o que tivemos a oportunidade de observar e escutar em Urubici, não houve uma ligação forte entre o aparato simbólico e prático do projeto Fortaleza e os agricultores/coletores locais. Se excluirmos poucas figuras de destaque, como os coordenadores da Ecoserra o do Vianeí, o senso de identificação e pertencimento a esse projeto nunca chegaram a se definir claramente e a mobilizar de forma significativa os produtores locais, membros e não membros das cooperativas agrícolas envolvidas. De 2008 até a época de nossa pesquisa, o número de adesões e de ações para o manejo sustentável do pinhão e para a agregação de valor na cadeia produtiva e comercial, em prol dos produtores, não evoluiu significativamente. Assim como não foi feito nada, até hoje, para melhorar as condições de segurança no trabalho de coleta nas árvores.

Como afirma Natal, tudo ficou nas costas de duas ou três pessoas, da referente da Fortaleza mais alguém da direção das cooperativas, que “sempre têm que puxar tudo e todo mundo”:

Se tivesse mais gente para carregar o piano, acho que daria, seria mais interessante. Mas como tem poucas pessoas e essas pessoas já têm muitas coisas para fazer, a Fortaleza está num dilema. Ou ela cresce e entram consumidores no processo, os chefes, outras entidades abraçam a causa, ou ela vai ficar sempre pequenininha. Então, é nesse caminho. Espero que agora dê uma melhorada, que outras pessoas abracem esse trem aí, essa carroça.

Do ponto de vista de inovação e melhorias nos aspectos de extração, processamento, venda e preço, quase nada mudou com a instituição da Fortaleza, em relação à situação anterior. A única exceção é a produção da pequena unidade de beneficiamento (agroindústria familiar), que, como vimos, não é percebida como modelo significativo, por volumes, valores e pessoal envolvido.

O produto não é fácil – afirma Natal – é muito perecível. Existem estudos sobre seu potencial para processamento e comercialização nas entressafras. Mas, na prática, não se faz muito. Precisaria de maquinários caros. A procura do produto fresco é alta. O preço se mantém. A questão é se valeria a pena trabalhar no processamento do produto e vendê-lo a preços superiores, especialmente quando a safra é escassa e o produto fresco consegue preços altos. Além disso, o trabalho de coleta continua sendo feito de forma perigosa.

A demanda pelo produto *in natura*, nos mercados local, regional e nacional, continua alta e a coleta sazonal do pinhão continua sendo um complemento importante na renda dos agricultores da região.

Embora a percepção dos atores locais em relação a políticas e incentivos públicos e ao papel dos órgãos governamentais na tutela dos produtores sejam negativas e pessimistas, as evidências são contrabalançadas por dados objetivos recentes em contradição com as queixas registradas em campo: o produto e os produtores sempre receberam o reconhecimento do MDA, através do apoio que levou à realização da unidade de beneficiamento e, hoje, com a inserção do pinhão no PAA. Atualmente, o pinhão consta também na lista dos produtos da sociobiodiversidade brasileira e, recentemente, foi incluído na Política de Garantia de Preços Mínimos para a Sociobiodiversidade (PGPM-Bio). Isso permitirá o pagamento de subvenção aos produtores extrativistas, já na safra de 2015, caso o preço de venda por parte dos produtores extrativistas alcance valores inferiores ao preço mínimo estabelecido pelo Governo Federal. O pinhão é o primeiro produto da Região Sul do país a fazer parte da PGPM-Bio (CONAB, 2014).

Hoje, a questão do manejo e da valorização da cadeia do pinhão foi retomada com decisão por vários atores e entes locais. Entre 2013 e 2015, o produto foi objeto de um importante projeto, intitulado "Promoção e fortalecimento da cadeia produtiva do pinhão da Serra Catarinense", executado pelo Centro Vianeí, financiado pelo Tropical Forest Conservation Act (TFCA) e o Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (FUNBIO) e realizado em parceria com a Rede Ecovida, a Ecoserra, a rede catarinense do Slow Food, a Rede de Agroecologia do Território da Serra Catarinense, o Laboratório de Comercialização da Agricultura Familiar (LACAF) do Centro de Ciências Agrárias da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e o Consórcio Intermunicipal de Saneamento Básico, Meio Ambiente, Atenção à Sanidade dos Produtos de Origem Agropecuária e Segurança Alimentar da Serra Catarinense (CISAMA).

De fato, ao longo das últimas décadas e graças também à atenção do Slow Food, o pinhão foi o protagonista de um *revival* folclórico e identitário que proporcionou canais de resgate da cultura local que, por estarem conectados com outros aspectos e atividades, continuam fazendo do pinhão o centro de possíveis processos de crescimento local.

Entre eles há a criação da identidade gastronômica local e a valorização em termos turístico-gastronômicos de um recurso anteriormente desprovido das conexões presentes –

graças também a processos de reelaboração criativa e re-invenção da tradição (HOBBSAWM e RANGER, 1983).

Da mesma forma, a relação geral produto típico-turismo é beneficiada: ao visitante da Serra Catarinense são oferecidas geleias artesanais com o rótulo da Acolhida na Colônia, Ihe são apresentados e vendidos os pratos típicos da região (entrevero, paçoca, rosquinha de coalhada, quirera) e suas eventuais revisitações.

O pinhão da Serra Catarinense, de fato, parece ser protagonista de uma história ambivalente e objeto de percepções críticas, porém intensas.

O potencial do recurso, tudo o que foi dito, um tempo atrás, e que ainda não foi realizado parecem permanecer algo ainda “em suspenso”. O produto foi reconhecido como recurso e foi criada a Fortaleza. Porém o projeto e o envolvimento do Slow Food, a inserção dos produtores dentro de processos de crescimento sofreram com a saída da figura-chave do lugar-chave de coordenação e liderança. O processo iniciado parou quando, em 2008, no mesmo ano da instituição da Fortaleza, parou a atuação de Roberta Sá dentro do MDA acompanhando os projetos do Slow Food. Faltaram a continuidade e a renovação do estímulo, justamente durante os primeiros momentos de vida da experiência.

Porém, o produto tem um mercado consolidado e, ao longo do tempo, tem permanecido no centro do interesse vindo de várias fontes, institucionais, acadêmicas, associativas, locais e regionais. Isso acabou beneficiando a ideia de perseguir sua valorização. Os nós da rede preexistente, rica e ativa, têm se demonstrado prontos para retomar o discurso.

A ambivalência ou, melhor dito, a percepção de mudança cultural e de evolução cronológica, além desse aspecto, marca também a opinião local acerca do espírito cooperativo dos habitantes da região. Segundo alguns dos entrevistados, este espírito “não existe”: a região, por ser montanha e distante dos centros urbanos, é, historicamente, a mais tradicionalista, conservadora e atrasada, do ponto de vista cultural e econômico.

O agricultor, afirmam os entrevistados, por mentalidade, não gosta de se misturar. O agricultor de montanha, muito menos. Na Serra Catarinense, isto se junta com a questão da separação por colônias e grupos étnicos de imigração.

Entretanto, na região existe a memória de experiências cooperativas entre agricultores que remontam a épocas antigas. Além disso, o cooperativismo, em tempos recentes, tem sido favorecido pelos mecanismos de condicionalidade de muitos programas públicos, os quais vinculam os financiamentos à formação de associações ou cooperativas.

Portanto, a realidade aparece diferente da descrição imediata que nossos informantes fornecem, pelo menos em termos absolutos – talvez essa percepção valha, para eles, em termos relativos, ou seja, em comparação ao grau de cooperativismo dos agricultores de outras regiões do Estado ou do Sul do Brasil.

A propósito desta questão, a coisa mais curiosa e interessante é que, apesar das resistências, da declarada ausência da cultura da cooperação e de cooperativas que não deram certo, na região, já desde as décadas passadas, sempre existiram tentativas de cooperativismo agrícola. Além disso, hoje, a rede de associações, cooperativas e organismos ativos é considerável e oferece um apoio importante na parte de produção e comercialização.

Podemos afirmar, em conclusão, que a atitude local em relação à agregação, pelo menos para escopos profissionais, hoje se revela favorável; que o produto local a ser valorizado é, de forma geral, reconhecido como recurso; e que o que faltou foi a continuidade na liderança do processo e do projeto e na função de coesão dos atores. A tarefa ficou nas costas de poucas pessoas. Mas a ideia não se apagou, como demonstra o projeto realizado em 2013-2015 e a retomada do percurso de valorização do pinhão por parte de vários atores coletivos.

Tudo começou de forma prevalentemente vertical – Roberta, encarnando o MDA e o Slow Food – a partir de um nó cujas iniciativa, ação e motivação se revelaram ser decisivas e vitais para a continuação profícua do projeto Fortaleza. Apesar disso, ao mesmo tempo e desde o começo, observamos a presença e a disponibilidade de atores coletivos, prontos a entrar e receber o projeto, tornado-o potencialmente horizontal. Em realidade, esse processo parou, por causa de um corte inicial, quando ainda não estava suficientemente implantado e pronto para um prosseguimento autônomo. Na época, só poucos atores, em papel de destaque, se identificavam profundamente com o projeto. E essa identificação não dispôs do tempo, do trabalho e da constância do apoio externo necessários para alcançar e envolver capilarmente os produtores locais.

Contudo, o processo está sendo revitalizado por uma pluralidade de atores e de forma horizontal. Como ouvimos, o número de nós envolvidos e a extensão da rede são amplos. Isso reflete uma situação, de certa forma, comum ao contexto regional do Sul do país, que, de modo geral, o diferencia das regiões Norte e Nordeste. No primeiro, quantidade, densidade e eficiência de associações e de redes de associações de produtores, agricultores familiares, consumidores, de órgãos de extensão e de assistência técnica (públicos, acadêmicos, não governamentais), tanto no meio rural como no meio urbano, são perceptivelmente elevadas. Além disso, a rede do Slow Food consolidada na região de Florianópolis, nos últimos dez anos,

com os Convívio Mata Atlântica e Engenhos de Farinha, com a Rede Catarina Slow Food, com seus jovens, seus chefes de cozinha, professores universitários e ativistas, é uma das mais dinâmicas e numerosas do Brasil. Ela também está participando ativamente da retomada do processo de valorização do pinhão, assim como de outras produções alimentares regionais.

De forma muito clara, o que ocorre na região – localmente e, mais em geral, no Sul – é a convergência colaborativa para a realização de um conjunto de ideias que apontam para a mesma direção (valorização das produções locais diversificadas, circuitos curtos, apoio à agricultura familiar, criação de canais de comercialização da agricultura familiar etc.). Existe, nesse sentido, uma sinergia interessante. A partir disso, as pessoas comprometidas dentro desse meio social, sejam eles produtores, acadêmicos ou agentes de desenvolvimento, acabam conhecendo e englobando *também* a bandeira do Slow Food, não porque convertidas pelo contato com a proposta do movimento, mas, muito pelo contrário, por serem já praticantes de uma filosofia equivalente. Nesse caso, o fato de serem sócios do Slow Food é um atributo a mais, que completa o “ser engajado” desses atores, mas não é o motivo principal ou determinante de uma atuação empenhada. Cabe observar, como reflexão conclusiva, que para essas pessoas e, portanto, para as pessoas encontradas em volta da promoção do pinhão da Serra Catarinense, o Slow Food é algo que vem depois e se sobrepõe: é apenas um reforço para uma ideia geral preexistente e para a ação comum de atores conscientes, que trabalham para a conscientização e o empoderamento dos pequenos produtores locais.

4.7 A FAMÍLIA GANHOU A PERMANÊNCIA NA TERRA. A FORTALEZA DA CASTANHA DE BARU

Pirenópolis, Goiás.

A castanha de baru é a semente do fruto do barueiro (*Dipteryx alata* Vog.), uma árvore frutífera que ocorre em matas, cerrados e cerradões do Brasil Central, nas terras dos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Minas Gerais e Distrito Federal (com menor frequência, ocorre também nos estados do Maranhão, Tocantins, Pará, Rondônia, Bahia, Piauí e norte de São Paulo). Devido à procura pela madeira para fabricação de carvão vegetal, instalação de cercas (mourões), indústria moveleira, construção civil, entre outros usos, e pelo

nível de desmatamento do Cerrado, o baru está ameaçado de extinção. Além disso, o barueiro é encontrado em terras férteis e suas áreas de ocorrência têm sido massivamente desmatados em função do avanço da fronteira agropecuária sobre o Cerrado.

O barueiro é uma leguminosa arbórea da família Fabaceae. É uma árvore de grande porte, que chega a medir 25 metros de altura e 70 cm de diâmetro e com vida útil de cerca de 60 anos (CARRAZZA e ÁVILA, 2010).



Figura 36. A, B, C Barueiro; fruto do barueiro; fruto do baru aberto com castanha (Fonte: CARRAZZA e ÁVILA, 2010).

Atualmente, não existe comercialização ou utilização da polpa da fruta do baru, mas apenas da semente (amêndoa ou castanha) contida dentro do endocarpo lenhoso do fruto.

Geralmente, a castanha de baru é consumida torrada e tem sabor semelhante ao amendoim ou castanha de caju. Tem valor nutricional e teor proteico altos (CARRAZZA e ÁVILA, 2010). Há não muito tempo, a castanha de baru começou a ser vendida nos mercados urbanos brasileiros (especialmente na região central) e nas regiões rurais de origem, para ser

consumida inteira ou para o preparo de receitas e doces (biscoitos, licor, pé de moleque, paçoquinha, pesto).

Conforme relatado pela literatura, é possível extrair óleo de excelente qualidade da castanha de baru, para utilização como tempero ou como antirreumático. Apesar de suas propriedades e qualidades, o óleo não é vendido intensivamente nos mercados locais e regionais (CARRAZZA e ÁVILA, 2010).

No Estado de Goiás, muitos habitantes das áreas rurais coletam e vendem castanha de baru.

Graças às ideias e à iniciativa de alguns moradores urbanos não nativos, a região de Pirenópolis foi pioneira na exploração comercial do baru. Nos últimos dez anos, alguns projetos foram ativados no município, para a proteção e promoção do baru. O trabalho que começou com a ação isolada de algumas pessoas na região, deu vida a duas associações, no município de Pirenópolis e nas áreas limítrofes: a Associação de Desenvolvimento Comunitário do Caxambu (ADCC) e o Centro de Estudos e Exploração Sustentável do Cerrado (CENESC).

Graças ao envolvimento de algumas dessas pessoas e de alguns produtores locais dentro do movimento Slow Food, a castanha de Baru foi inserida na Arca do Gosto e, em 2006, foi declarada Fortaleza.

A Fortaleza da Castanha de Baru, originariamente, era constituída pelos coletores e produtores das duas associações, ADCC e CENESC. Originariamente, a primeira envolvia cinco famílias da região de Caxambu e o projeto para o qual tinha sido criada visava o aperfeiçoamento de coleta, processamento e venda da castanha. A segunda reunia agricultores, pesquisadores e ambientalistas interessados em introduzir técnicas sustentáveis para gerir os recursos espontâneos do Cerrado (SLOW FOOD, 2007).

Conforme relatado pela fonte oficial, o projeto mais importante nessa área envolveu 150 famílias em sete povoados, num programa para a coleta sustentável de castanhas de baru: “Graças à Fortaleza, que objetiva reforçar as infra-estruturas (sic) necessárias para o processamento da castanha de baru e sua promoção local e internacional, a castanha tem sido comercializada por alguns agricultores de pequena escala” (SLOW FOOD, 2007, s.p.).

Em realidade e contrariamente às informações que o site do Slow Food Brasil ainda hoje contém, as coisas mudaram bastante ao longo desses nove anos e a situação atual da Fortaleza é bem diferente, se comparada com a ideia e estruturas iniciais do projeto.

O CENESC não existe mais e a parceria entre as duas associações não deu certo, por causa da falta de colaboração interna e da diferença entre visões e gestões. O projeto foi

perdendo membros. Hoje, a valorização – que realmente ocorreu – da cadeia do baru beneficia, de forma bem distinta, dois grupos de atores. Por um lado, há os coletores espalhados, atravessadores e transformadores que aproveitam, cada um por si e de forma desvinculada de qualquer organização ou projeto, do aumento geral de preço e demanda do baru. Do outro lado, o único sobrevivente e “ganhador” dentro do projeto Fortaleza é uma família (extensa) de agricultores familiares de Caxambu, que mantém uma empresa de produção, transformação e comercialização de produtos alimentares. Pequena mas muito bem desenvolvida, a empresa, que adotou o nome Promessa de Futuro, teve origem na fase mais antiga dos processos que levaram à criação da ADCC e da Fortaleza.

Para reconstruir essa história, conhecer o meio sociocultural e econômico dentro do qual ocorreu e apresentar todos os elementos úteis a nossa análise, recorreremos sobretudo aos depoimentos de Daniela - 29 anos de idade, filha e produtora do Promessa de Futuro, hoje formada em Gestão e Tecnologia em Turismo pela Universidade Estadual de Goiás (UEG) – e de Kátia Karan, antropóloga e produtora rural, residente em Pirenópolis, sócia e voluntária ativa do Slow Food desde a primeira época, protagonista da criação e já referente da Fortaleza do Baru, atual presidente da Comissão brasileira da Arca do Gosto.

A primeira constatação registrada em campo diz respeito à ausência quase total de associações, cooperativas, ocasiões de trabalho comunitário e da propensão “a se juntar”. Os habitantes da região têm muita resistência e, conforme declarado, juntam-se apenas para organizar as festas ligadas à igreja. Apesar de a região ser fortemente turística, nem as empresas ligadas a este setor estão reunidas em associações de categoria. A regra parece ser “cada um por si”.

A história das iniciativas e dos projetos que, ao longo do tempo, tentaram valorizar a cadeia do baru, reflete a força dessa regra.

O surgimento da Fortaleza do Baru está ligado à origem comum de vários projetos que se subseguiram ao longo do anos. Ela remonta ao ano de 1989, quando foi formada a Associação do Desenvolvimento Comunitário de Caxambu, ligada ao trabalho que a Comissão Pastoral da Terra da diocese de Anápolis ia realizando, já há alguns anos, nos povoados rurais da região, por meio da criação de Comunidades Eclesiais de Base. O objetivo primário da Associação, na época, não era trabalhar com o baru. A Associação, formada por poucos e pequenos agricultores locais, nasceu graças ao trabalho de Nádia Ragueira, uma médica sanitária que chegara em 1986 para ativar um posto de saúde, assistir a população local e instruí-la acerca das possibilidades de empregos terapêuticos e alimentares das plantas e das frutas nativas.

Portanto, a Associação e a ideia de aproveitar frutas e plantas nativas não surgiram do nada. Já existia um trabalho comunitário prévio e alguns dos membros dos povoados – sobretudo Bié e a Albertina, os pais da Daniela – já estavam ligados aos movimentos sociais católicos.

Sucessivamente, Nádia Regueira e Albertina (mãe da Daniela), que era professora da Escola Municipal Santa Maria de Nazaré, montaram uma lavoura comunitária para plantar milho, feijão e arroz, com as crianças e para a comunidade.

Após as iniciativas promovidas por Nádia Regueira, já na década de 1990, chegaram os projetos promovidos por alguns moradores de Pirenópolis para as comunidades locais e realizados com o apoio de outras organizações, como o ISPN (Instituto Sociedade, População e Natureza de Brasília), o GEF (Fundo para o Meio Ambiente Mundial - FMAM/GEF, NdA) e a Funatura. Nessa época, surgiu o primeiro projeto focado no aproveitamento do baru. Antes disso, o baru era pouco consumido, apenas pelos moradores da região, e era comido cru. Ainda não se conheciam a possibilidade e as vantagens do processo de torra da castanha.

Daniela conta:

O baru se comia pouco, era coisa de criança, sabe, quando vai no pasto, pega e come. Comia ali. Porque ele é muito duro para quebrar, o baru. Então, geralmente a gente comia mais aquele cocoquinho gueroba (*Syagrus oleracea*, NdA) que é molinho. Não comia muito baru.

Os primeiros projetos com o baru – lembra Kátia Karan – estavam ligados a algumas pessoas vindas de outras cidades do Brasil e recém chegadas a Pirenópolis com o intuito de iniciar a viver segundo um estilo de vida alternativo e mais em harmônia com a natureza, como no caso do casal dono da Fazenda Vagafogo de Pirenópolis (Evandro e sua esposa⁹¹). O nome de um dos primeiros projetos, promovido justamente por Evandro, era “Projeto Vagafogo de Educação Continuada: formação de mão de obra para atividades cooperativadas e de

⁹¹ Evandro Ayer e Catarina Schiffer, em 1975, chegaram em Pirenópolis e compraram a fazenda Vagafogo. A abertura de trilhas dentro da floresta levou ao melhor conhecimento da área e promoveu a preservação e o lazer às margens do rio Vagafogo, que corta a floresta ao meio. A grandeza da mata e os caminhos bem cuidados passaram a ser atrativos para amigos e visitantes. Na década de 1990, sob estímulo do turismo crescente em Pirenópolis e por intermédio da FUNATURA - Fundação Pró-Natureza, parte da Vagafogo foi registrada como RPPN - Reserva Particular do Patrimônio Natural. Uirá, o filho do Evandro, nos explica que a primeira ideia de comercialização do baru foi de Vanderlei de Castro, na década de 1990. Ele era diretor do AGROTEC (Centro de Tecnologia de Pequenos Agricultores), em Diorama, no estado de Goiás. Ele, além de trabalhar para melhorar o sistema de quebra, queria enviar algumas partidas de baru para a Alemanha e, para evitar problemas com a legislação que restringe o envio de sementes, resolveu torrar a castanha. Assim, percebeu-se que a castanha torrada adquiria um sabor mais agradável. Seu pai Evandro, uma vez conhecido o trabalho feito por Vanderlei, trouxe a experiência desenvolvida em Diorama para Pirenópolis e quis divulgá-la entre os agricultores locais. O Evandro, podemos afirmar, foi um pioneiro do aproveitamento da castanha de baru.

preservação do meio ambiente”. Ao final deste projeto, em 1998, foi publicado um livro de receitas⁹².

Em 1996, foi realizado um projeto promovido pela Funatura, chamado “Vagafogo iluminando caminhos” (o nome era devido à participação da Fazenda Vagafogo). Este projeto marcou o início do trabalho com a castanha de baru. Graças a essa primeira experiência de formação e capacitação, os moradores da região descobriram que, quando torrada, a castanha ganhava um sabor bem mais gostoso, versatilidade e maior durabilidade. O projeto consistia de oficinas práticas, sobre o baru e o aproveitamento dos demais frutos e recursos do cerrado.

Nesta época os moradores dos povoados rurais aprenderam a fazer geleias, a aproveitar a cagaita e o hibisco e a trabalhar o leite para obter queijo.

Na década de 1990, foram realizados também os cursos sobre boas práticas de produção realizados pelo SENAR (Serviço Nacional de Aprendizagem Rural) e pelo SEBRAE (curso de administração rural).

Nesta época, os agricultores beneficiados por essas experiências de capacitação começaram a vender seus produtos nas feiras em Pirenópolis. Além da castanha de baru, eram vendidos geleias e conservas de picles de hortaliças.

Os resultados positivos levaram a projetos ulteriores e à ideia de melhorar a estrutura produtiva, de construir uma pequena agroindústria comunitária (até então, tudo era feito na cozinha da casa de Albertina e Bié, pais de Daniela).

Na primeira metade da década de 1990, graças à experiência adquirida pelo Evandro, da Fazenda Vagafogo, foi introduzido o uso de uma foice específica, para quebrar o fruto do baru e obter a castanha.

Em 1999 e 2000, a procura pelos produtos começou a ser muito grande. Era tudo muito simples – afirma Daniela - os rótulos, a embalagem, era tudo feito em casa: a doutora Nádia fazia tudo com o computador e imprimia em casa.

Nessa mesma época, a entidade italiana ISCOS, através de uma organização de Goiânia chamada IFAS,⁹³ realizou mais um projeto para a melhoria dos locais de processamento dos produtos. Daniela conta que sua mãe doou sua própria cozinha para que fossem feitas melhorias, de acordo com as normas sanitárias. Desta forma, passou-se a produzir tudo nesta cozinha, como se fosse uma pequena agroindústria.

⁹² Intitulado *Livro de Receitas - Resultado do projeto Vagafogo de educação continuada: formação de mão de obra para atividades cooperativadas e de preservação do meio ambiente*, a publicação foi organizada por Cirley Motta, em 1999.

⁹³ O ISCOS (*Istituto sindacale per la cooperazione allo sviluppo*, Instituto sindical de cooperação para o desenvolvimento) é uma ONG fundada em 1983 e ligada à *Confederazione Italiana Sindacati dei Lavoratori* (CISL, Confederação Italiana dos Sindicatos dos Trabalhadores). O IFAS é o Instituto de Formação e Assessoria Sindical Rural.

O Slow Food chegou em 2004, na pessoa de Kátia Karan (cf. supra), que conhecera a experiência dos agricultores de Caxambu em 2001, graças a um projeto do ISPN (chamado “Agroecologia no Povoado de Caxambu” e realizado com recurso do PPP-ECOS, através do ISPN⁹⁴) no qual ela estava participando.

A Kátia, junto com o Luiz Carrazza da Central do Cerrado⁹⁵, conectou o produtores rurais de Caxambu com a rede do Slow Food, numa época em que ninguém da região sabia nada sobre este movimento.

Naquele tempo, o trabalho com o baru estava sendo realizado pelo CENESC (Centro de Estudos e Exploração Sustentável do Cerrado, cf. supra), que incluía também os produtores de Bom Jesus e Santo Antônio. O ingresso na rede do Slow Food se deu, primeiro, pela inscrição do baru na lista da Arca do Gosto e, sucessivamente, pelo reconhecimento da Fortaleza do Baru, com um projeto incluindo todos os coletores e produtores reunidos no CENESC. A idéia era desenvolver uma “marca única”: coletar o baru das diferentes regiões e vender todos juntos. Em 2004, representantes dos produtores de baru do CENESC foram à Itália, para participar no Terra Madre.

Porém, o CENESC não durou muito. Problemas de falta de colaboração e escasso envolvimento entre os atores, junto com a predominância de interesses individualistas levaram o Centro à extinção.

Entretanto, um pequeno grupo de moradores de Caxambu continuou a trabalhar e a produzir, desenvolveu uma marca, um rótulo e uma embalagem a vácuo para o baru. Do antigo CENESC e de todos os participantes iniciais do projeto Fortaleza “sobreviveu” apenas este grupo, cada vez mais familiarmente restrito, que hoje se chama Promessa de Futuro.

⁹⁴ O PPP-ECOS (Programa de Pequenos Projetos Ecosociais) nasceu como programa apoiado pelo Fundo para o Meio Ambiente Mundial (FMAM/GEF), executado por meio do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e do Escritório de Serviços de Projetos das Nações Unidas (UNOPS). O Programa global é conhecido internacionalmente como Small Grants Programme (SGP). No Brasil, o PPP-ECOS foi coordenado pelo Instituto Sociedade, População e Natureza-ISPAN (CARRAZZA e ÁVILA, 2010).

⁹⁵ A Central do Cerrado - Produtos Ecosociais é uma iniciativa sem fins lucrativos estabelecida com organizações comunitárias que desenvolvem atividades produtivas a partir do uso sustentável da biodiversidade do Cerrado. A Central atua como ponte entre produtores comunitários e consumidores, comercializando produtos como pequi, baru, farinha de jatobá, farinha de babaçu, buriti, mel, polpas de frutas e objetos de artesanato. Os produtos alimentares são coletados e processados por agricultores familiares e comunidades tradicionais no Cerrado. A Central fornece produtos para chefes de cozinha, restaurantes, empórios e pequenos mercados, oferece coquetéis e lanches para eventos, atende encomendas individuais, cestas personalizadas e para grupos organizados de consumo. Ela opera dentro dos princípios e conceitos do Comércio Justo e Solidário, “tendo como objetivo promover a inclusão social através do fortalecimento das iniciativas produtivas comunitárias que conciliam conservação do Cerrado com geração de renda e protagonismo social” (<<http://www.centraldocerrado.org.br/apresentacao.html/#more-13>>, acesso em: junho de 2015). Todos os grupos atendidos pela Central do Cerrado são apoiados pelo Programa de Pequenos Projetos Ecosociais (PPP-ECOS).

Em 2006, após a declaração da Fortaleza, o Slow Food financiou um projeto para desenvolver os rótulos e a marca comercial. Foram realizados também folders informativos em português e em inglês sobre a castanha de baru.

Em 2006, o baru iria ser levado novamente à Itália, para o Terra Madre, mas houve um problema de documentação e 500 quilos de baru foram parados na alfandega sem poder chegar ao destino final.

Em 2008, 2010, 2012 e 2014 a Fortaleza do Baru esteve presente no Terra Madre.

O Slow Food, sem dúvida, teve um papel fundamental na divulgação do baru para além de sua região de ocorrência. Os chefes de cozinha brasileiros do Rio e de São Paulo – afirma Daniela – começaram a utilizá-lo em suas receitas. E a demanda foi crescendo.

No que diz respeito à cadeia produtiva, hoje em dia, o fruto do baru é coletado em campo aberto e em pastagens, do chão, aos pés das árvores. O trabalho é feito tanto por homens como por mulheres. A época da safra é entre setembro e outubro, dependendo do começo das chuvas. Os frutos são colocados em sacos de 20 quilos e levados para o armazenamento. O fruto inteiro pode ser guardado por até três anos antes de ser quebrado. Para obter a castanha, é preciso quebrar os frutos, um por um, com a foice. As castanhas têm de ser selecionadas, porque não todas são boas e muitas são danificadas durante o processo de abertura do fruto. Portanto, elas são colocadas numa peneira e selecionadas. Uma vez limpas dos resíduos da quebra, as castanhas podem ser torradas ou congeladas. Conforme relatado, uma pessoa, em oito horas de serviço, quebra para obter, no máximo, três quilos de castanha. Uma saca de 60 quilos de fruto dá, no máximo, três quilos de castanha.

As castanhas podem ser torradas no forno. Mas os produtores do Promessa de Futuro preferem a torra na panela, que é colocada no fogo baixo com mais ou menos 700 gramas de castanha por vez, durante 10-15 minutos. É preciso mexer as castanhas sem parar, com uma colher de madeira.

Os produtores do Promessa de Futuro embalam as castanhas torradas em pacotes de 50, 100 e 200 gramas, que são vendidos através de vários canais: no mercado local de Pirenópolis; para a Central do Cerrado; e pelo correio (o Promessa de Futuro expõe seus produtos no próprio site *on line* e recebe pedidos do Brasil inteiro, por e-mail). Segundo informado, o baru nunca é vendido por menos de 40 reais/kg (dependendo da época e do tipo de venda, pode chegar a 60, 80, 70 reais/kg).

Além do baru, o Promessa de Futuro vende também geleias (de hibisco, cagaita, jabuticaba, manga e tangerina), picles, chá de hibisco e hortaliças frescas.

A empresa familiar conta com o trabalho de dez pessoas (cinco são membros da mesma família, cinco são vizinhos). Hoje, o objetivo da Daniela é integrar a renda da família ampliando as atividades da empresa graças ao serviço de hospedagem de visitantes, segundo a fórmula do turismo rural.

Atualmente, os pontos críticos a ser destacados em relação ao andamento e ao sucesso dos projetos de valorização da Fortaleza do Baru são essencialmente de dois tipos: (1) baixo número de produtores/processadores participando nos projetos; e (2) concentração do processo em uma única empresa familiar.

O depoimento de Kátia Karan fornece sugestões interessantes sobre a situação atual da Fortaleza do Baru e seus problemas, sobre benefícios e sujeitos beneficiados:

O problema do envolvimento talvez esteja ligado a uma questão metodológica de como trabalhar com os produtores, também porque essa é uma região de organização social muito incipiente. A colonização do Brasil foi feita aqui, no Estado de Goiás, a partir de 1940. A Segunda Marcha para o Oeste é dessa data. Aqui ainda se mantém uma forma de organização social e política muito centrada no século passado de patriarcalismo, de colonialismo. Então, não tem essa cultura de associativismo, de cooperativismo.

Entretanto, continua Kátia, a experiência de Caxambu permanece viva e atuante, embora tenha suas dificuldades. O diferencial da família que deu vida à empresa Promessa de Futuro é representado pela participação e a visão política que eles têm. “Eles fazem, realmente, transformam os valores deles e os ideais na prática. Eles conseguiram passar isso para os filhos, eles conseguiram sobreviver com esses ideais. Os outros acabaram. Deixaram a roça porque os filhos foram para a cidade”. Eles não – declara Kátia – eles conseguiram manter a família e manter um projeto produtivo com a família. A Associação, de alguma forma, continuou em volta dessa família, porque ela tem um projeto produtivo e um projeto político. Por isso tudo, sempre, estive e continua muito ligado a esta família. “Eles ganharam bastante com esta história. Tem uma saída imensa, enorme dos jovens desses povoados. Nós temos uma foto lá, quando a médica começou esse trabalho, que tem umas 14 crianças ao redor da médica, que participavam do projeto. Hoje, só tem os dois filhos da Albertina que ficaram lá, os outros todos saíram” diz Kátia. A maioria das pessoas do grupo que ficou trabalhando na fábrica familiar e com o baru, hoje, vive quase exclusivamente com o que

produz: 90% do que consomem é produzidos por eles, na fazenda. Cada família tem um carro, tem geladeira, fogão, televisão, celular, computador e mini trator. As melhorias vieram no decorrer desses vinte anos de trabalho. As casas, muito precárias, foram melhorando nesse tempo. Daniela, desde que foi para a Itália, para participar no Terra Madre, começou a estudar inglês. Portanto, a melhoria é visível, é tangível. “Eles – relata Kátia – dizem que a família, em termos de melhorias, ganhou também a permanência na terra, a união da família, a qualidade de vida”. Nesse sentido, a instituição da Fortaleza do Barú e a participação no Slow Food foram muito importantes para eles: proporcionaram a oportunidade de sair, de viajar, de conhecer. Porém, apesar destes aspectos positivos, conclui Kátia, a proposta inicial que os agentes promotores tinham para a Fortaleza do Barú era ampliar a base da organização social e o número de participação de produtores. Isto não se realizou.

A partir daquilo que foi narrado e descrito, não é difícil depreender os pontos principais que caracterizam os processos ligados à realização dos diferentes projetos mencionados, assim como a tipologia de redes criadas e desdobradas em função desses processos e projetos:

1. Desde o princípio e durante toda a história, são determinantes a iniciativa, a atuação e o papel individual de figuras singulares, que se destacam nitidamente (a doutora Nádia, Evandro, Kátia, Albertina e Bié, com os membros de sua família).
2. O trabalho voluntário – e de voluntários – e o trabalho motivado pelo engajamento ético pessoal dos atores que atuam como agentes de desenvolvimento é o fator que permite entrada e trânsito de ideias, valores, objetivos, financiamentos, conhecimentos, oportunidades e pessoas.
3. Devido ao caráter personalista da iniciativa e da gestão dos projetos (ponto 1), existe uma tendência duradoura à centralização e concentração nas mãos de poucos (a doutora Nádia, os técnicos do CENESC, a família do Promessa de Futuro); esse fator obsta a participação e “protagonização” gradativa dos demais membros da comunidade, como testemunhado pela redução dos produtores da Fortaleza a um número exíguo – praticamente apenas uma única família.

4. Os projetos que seguiram ao longo dos anos, apesar de serem catalisados por pessoas específicas, foram realizados e articulados com base em contatos e parcerias com entidades numerosas e relevantes (Fazenda Vagafogo, Funatura, ISPN, AGROTEC, ISCOS, IFAS, SENAR, SEBRAE, EMBRAPA, Slow Food, CENESC, MMA, Central do Cerrado). Entretanto, esses contatos não se consolidaram propriamente em nós de redes estáveis e duráveis. Não se estabeleceram redes novas, amplas, horizontais e capilares. Todas as parcerias cooperativas que foram surgindo, os contatos, as oportunidades – com a Central do Cerrado, com o Slow Food e a rede de Terra Madre, na Rede Cerrado e no ENA – e seus benefícios materiais e imateriais acabam restritos apenas à dimensão monofamiliar. O projeto Promessa de Futuro, inicialmente comunitário, de fato, já se tornou o nome de uma empresa e a marca dos produtos feitos e comercializado por ela. A empresa familiar em questão foi a única que emergiu em sua singularidade, que se destacou, tanto no que diz respeito aos valores e à conduta que as diferenciam, ou seja, que a levaram ao “sucesso”, assim como em termos de ganhos materiais. Os benefícios vindos do engajamento político, da identificação de recursos locais, da compreensão dos estímulos recebidos, da identificação com os projetos e a capacidade de capitalizar e valorizar tudo isso, em vez de interessar de forma difusa e compartilhada a comunidade, uma cooperativa ou um conjunto de atores locais, nesse caso, se traduz no êxito particular de uma realidade empresarial emergente e única. É suficiente pensar nas melhorias das condições de vida e de renda, no acesso à instrução superior e na acentuada mobilidade social alcançadas, graças à capacidade de completar, no interior do núcleo familiar e sem acompanhamento dos vizinhos, o ciclo de tradução (AKRICH et al., 2006; BELLETTI et al., 2006). Um elemento inovador especialmente significativo é representado pela pessoa de Daniela: seus estudos, suas viagens, suas experiências mundo afora, junto com sua vontade de permanecer no local (na roça, para gerir e desenvolver a empresa familiar) constituem uma abertura enriquecedora, a permeabilidade que permite o ingresso de ideias e modelos novos, úteis ao crescimento. Ela é a ponte entre o “fora” e o “dentro”. E, em relação a isso, a participação no movimento Slow Food constitui uma oportunidade valiosa.

5. Devido às peculiaridades históricas, geográficas e socioeconômicas dos fenômenos de ocupação e assentamento populacional, das formas de exploração da região e de suas evoluções cronológicas (incremento do turismo, abandono do campo etc.), no desempenho geral dos projetos e das tentativas de valorização da cadeia do

baru, a carência de cultura cooperativista e a predominância de uma cultura do trabalho e do crescimento baseada mais no imediatismo do lucro do que no investimento para ganhos no longo prazo parecem ter tido um peso notável.

6. Como no caso das comunidades rurais de Uauá e do umbu, no panorama geral descrito no ponto 5, existe um elemento social e histórico marcante, que é a raiz de atitudes e subculturas peculiares, capazes de reverter as tendências dominantes: a ação educativa, capacitadora e politicamente formativa das Pastorais Sociais e das Comunidades Eclesiais de Base.

4.8 ACOMPANHAMOS OS PRODUTORES DE MÃOS DADAS. O PARQUE NACIONAL E AS FORTALEZAS DE MONTANHA

Em 2010, tivemos a oportunidade de visitar a região de produção de um queijo italiano típico, antigo e dotado de características únicas, cuja produção estava se extinguindo, junto com os anciãos que custodiam saberes e técnicas de sua fabricação. Trata-se do *pecorino di Farindola*, um queijo curado obtido do leite de ovelha (*pecora*, em italiano), epônimo do vilarejo de origem. Farindola é um município pequeno (1558 habitantes) localizado a 530 metros acima do nível do mar, nas colinas aos pés dos montes da cadeia dos Apeninos, no interior da região de *Abruzzo* (em português Abruzos), sul da Itália. Trata-se das colinas aos pés do maciço do monte Gran Sasso, nas áreas limítrofes e parcialmente incluídas no perímetro do *Parco Nazionale Gran Sasso e Monti della Laga* (Parque Nacional Gran Sasso e Montes da Laga), um dos três grandes parques nacionais de montanha da região de Abruzos e um dos principais da porção meridional dos Apeninos. As áreas internas dos Abruzos, especialmente na região em questão e até a divisa, ao sul, com as regiões Lazio e Molise, são caracterizadas por baixos níveis de urbanização e densidade demográfica, serras de altitude significativa (acima dos 2000 metros), vales arborizados, riqueza de águas e uma natureza selvagem de reconhecida beleza. As colinas e as montanhas, até 1300 metros de altitude, são habitadas a partir da época pré-romana e, ainda hoje, hospedam assentamentos humanos de dimensões modestas, que se desenvolveram a partir de núcleos habitacionais antigos, graças a um sistema pastoril secular, de importância cardinal: a criação de ovelha na forma da transumância sazonal horizontal (de longa distância, dos Abruzos até as planícies da Puglia, na

ponta meridional da Itália), e vertical (pastos locais de planície e de altitude), tradicionalmente acompanhada pelo florescimento da manufatura da lã, das peles e da produção queijeira. A economia pastoril, próspera até o século XIX e praticada ainda na primeira metade do século XX, foi substancialmente devastada pelos acontecimentos bélicos do segundo conflito mundial e suas consequências.

Durante a segunda metade do século passado, a economia local, cada vez mais marginal, ficou baseada em atividades remanescentes de exploração dos recursos silvipastoris (criação ovina, caprina e bovina, produtos florestais e produção artesanal de queijo) e na agricultura de subsistência, ligada a poucas espécies adaptadas ao clima e às terras de montanha – inóspito, devido às neves e às temperaturas inverniais, o primeiro, calcárias, argilosas, acidentadas e de difícil acesso, as segundas. A partir da década de 1970 e ainda hoje, essas regiões, assim como a grande maioria das regiões serranas dos Apeninos e do centro-sul italiano, se caracterizam por despovoamento intenso, emigração juvenil e envelhecimento da população residente (ISTAT, 2007; MAURO, 2003). Por outro lado, algumas zonas mais afortunadas, se beneficiam da indústria turística e do mais recente setor ecoturístico, ligados aos atrativos naturais, aos esportes e ao lazer de montanha e às unidades de conservação ambiental implantadas ao longo do século passado.

Farindola pertence mais ao primeiro grupo do que ao segundo. Centro antigamente ligado à economia pastoril, a partir da década de 1950, não conta com setores, atividades ou recursos locais de destaque, nem com atrativos ou fluxos turísticos significativos, como demonstra a queda demográfica constante vivida nos últimos 60 anos (de 4351 habitantes, em 1951, aos 1558 atuais; dados ISTAT).

A unicidade do *pecorino* de Farindola estava e está no fato de ele ser feito com coalho animal suíno, isto é, coalho obtido do estômago de porco, enquanto o coalho animal comumente utilizado, na região e na produção queijeira em geral, é de origem ovina ou bovina. O *pecorino* de Farindola, na época de nossa primeira visita, era uma Fortaleza Slow Food, talvez a primeira nos Abruzos (foi declarada em 2001), já inserida no mercado e enveredada por um percurso prometedora. A ideia de resgate e revalorização e a criação da Fortaleza levariam, cada vez mais, à retomada da produção – de forma artesanal, porém em proporções maiores –, à boa colocação no mercado local e nacional e ao aumento de preço. Isto, aos poucos, constituiria um recurso para jovens, novos empreendedores e agricultores da região poderem ficar na terra, vivendo de um produto de sua própria tradição. O *pecorino* de Farindola, de fato, conseguiu rapidamente preços de mercado muito elevados. Por sua

singularidade e qualidades organolépticas excelentes e devido ao vínculo com o território e a cultura de procedência, detinha as características úteis para se tornar um produto típico de sucesso, um recurso local valioso para a faixa de população jovem de uma região serrana pobre em oportunidades e em plena fase de despovoamento.

Em 2013, na época de elaboração da presente pesquisa, durante o levantamento realizado para escolher os estudos de caso, descobrimos, para nossa grande surpresa, que a Fortaleza do Pecorino de Farindola não existia mais. Que o produto tinha deixado de ser Fortaleza. Decidimos saber mais sobre essa história. A busca por informações nos levou até Giorgio e Elena, o agrônomo e a tecnóloga alimentar funcionários do *Servizio Agro Silvo Pastorale* (escritório para os Serviços Agrosilvipastoris) do *Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga*, que relataram a história dos projetos Fortalezas implementados no território do parque e alguns aspectos relativos a seu andamento não muito exitoso.

As coisas começaram por causa de uma exigência do território: os próprios produtores pediram ajuda ao Parque Nacional.

Tudo começou por volta de 2001, quando o Ministério do Meio Ambiente realizou um mapeamento a ser publicado com o título *“L’Atlante dei prodotti tipici dei parchi”* (“Atlas dos produtos típicos dos parques”). O livro fruto deste trabalho de pesquisa de campo, realizado com a participação do Slow Food, apresentava um censo de todas as produções agroalimentares típicas produzidas nos territórios dos parques nacionais e regionais italianos. Foi assim que o *Parco Nazionale del Gran Sasso e Monti della Laga* (abreviado PNGSML a partir de agora) teve o primeiro contato com o Slow Food. O Parque, mas especialmente os agrônomos e tecnólogos alimentares funcionários do Parque, por conhecerem bem o território e os produtores, representaram os primeiros interlocutores do Slow Food. Desta forma o Parque e o Slow Food se tornaram parceiros e os papéis ficaram entrelaçados. Uma vez em contato com os sócios do Slow Food presentes nos Abruzos, o Parque começou a organizar reuniões e degustações de produtos, durante as quais foi constatado que algumas das produções locais mereciam ser Fortalezas. Ao mesmo tempo, os produtores e os agricultores pediram ajuda ao Parque para desenvolver e valorizar suas produções, por meio de um reconhecimento local (as produções da região são pequenas, com números pequenos: com certeza não podem aspirar aos reconhecimentos europeus DOP, IGP etc.). Os produtores queriam que o Parque os acompanhasse em um processo de valorização dos produtos, cientes do fato que o símbolo do Slow Food na embalagem, ou que participar em manifestações e feiras como o *Salone del Gusto*, garantiria grande visibilidade.

Portanto, o passo a ser dado era criar as Fortalezas. Para conseguir isso, era preciso que os produtores locais se juntassem em associações ou consórcios. O próprio Parque instituiu as associações dos produtores, entrando como sócio. As quatro Fortalezas produzidas dentro do perímetro do parque foram, de fato, criadas pelos funcionários e técnicos do próprio Parque⁹⁶. “Acompanhamos os produtores de mãos dadas”, afirma Giorgio. Com efeito, o Parque realizou para os produtores a redação dos protocolos de produção e a elaboração dos estatutos das associações e dos consórcios, a registoção formal dos mesmos e todos os demais passos. O Parque financiou todos os processos necessários à criação das quatro Fortalezas.

Antes da criação das Fortalezas, a produção da lentilha de Santo Stefano di Sessanio estava reduzida ao mínimo, restrita ao trabalho “remanescente” de quatro o cinco agricultores. Hoje, os que cultivam a lentilha são 12. No caso do *pecorino*, aconteceu a mesma coisa: o número de produtores dobrou. A do queijo de Farindola, antes do projeto Fortaleza, era uma produção muito limitada, feita apenas para consumo familiar doméstico. A mesma coisa acontecia com a mortadela de Campotosto. O mercado destes produtos era muito reduzido - quase inexistente - e apenas local: cada família, das poucas que ainda produziam a matéria prima, tinha sua própria tradição e sua própria receita.

Tratava-se de produções tão pequenas e de mercados tão restritos e de nicho que os produtos não podiam minimamente aspirar a ter visibilidade, embora se tratasse de iguarias nacionalmente notas (mas cuja fama era mais legendaria, ou “mítica”, do que comercial).

Por isso, o Parque entendeu a oportunidade como sendo ocasião para proporcionar um canal em prol do desenvolvimento das produções e dos produtores locais, e resolveu atuar como intermediador no processo. Na época, o Parque vivia uma fase de disponibilidade orçamentária muito positiva, comentam os entrevistados. Conseguiu financiar a participação dos produtores nas primeiras edições do *Salone del Gusto*, pagando o stand expositivo, e entrou como sócio nas associações e nos consórcios dos produtores que ajudou a formar (os produtores das Fortalezas do Canestrato di Castel del Monte e do Pecorino di Farindola se constituíram como consórcios, enquanto a da Lenticchia e da Mortadella di Campotosto são associações).

⁹⁶ Os parques nacionais italianos, assim como a maioria dos europeus, compreendem dentro de seus perímetros áreas de preservação integral e áreas antropizadas, ocupadas já anteriormente à instituição da unidade de conservação (com centros habitados e zonas destinadas a atividades extrativistas, agrícolas, turísticas etc.), cujo uso é definido e regulado por legislações e modelos de zoneamento específicos. No caso da Itália, a referência legal em matéria de unidades de conservação é a Lei de 6 dezembro de 1991, n. 394 - Legge Quadro sulle Aree Protette.

Atualmente, a região de Abruzos, no conjunto, detém 9 produtos reconhecidos como Fortalezas Slow Food (eles são *Canestrato di Castel del Monte*, *Fagioli di Paganica*, *Grano solina dell'Appennino abruzzese*, *Lenticchia di Santo Stefano di Sessanio*, *Mieli dell'Appennino aquilano*, *Mortadella di Campotosto*, *Patata turchesa*, *Salsiccia di fegato aquilana*, *Salsicciotto frentano*). Todos eles são produzidos em regiões serranas ou de colina e todos são produtos ligados à tradição caseira da produção para autoconsumo, especialmente de gêneros alimentícios a serem estocados para enfrentar o longo período invernal. Entre eles, a Patata Turchesa (batata turquesa), o Miele dell'Appennino aquilano (mel dos Apeninos da região da cidade de L'Aquila), a Lenticchia (lentilha) di Santo Stefano di Sessanio, o Canestrato (queijo) di Castel del Monte, a Mortadella di Campotosto e a ex-Fortaleza do Pecorino di Farindola são os produtos objetos de projetos de valorização elaborados e apoiados especificadamente pelo Parque Nacional GSML, em parceria com o Slow Food, ao longo dos últimos dez anos. As Fortalezas do Pecorino, da Lenticchia, do Canestrato e da Mortadella foram as primeiras instituídas, entre 2001 e 2004.

O Parco Nazionale GSML, assim como todos os demais parques nacionais ou regionais italianos, é coordenado pelo assim chamado *Ente autonomo* (no caso, o Ente autonomo Parco Nazionale Gran Sasso e Monti della Laga). Trata-se de uma entidade dotada de personalidade jurídica de direito público e sujeito a autoridade e controle do *Ministro dell'Ambiente* (Ministro do Meio Ambiente), segundo a o Art. 9 da lei italiana n.394/91 sobre as unidades de conservação. O Ente Parco Nazionale é, portanto, uma autarquia de natureza pública, financiada por orçamento público, constituída por um quadro de funcionários públicos repartidos em diferentes áreas de trabalho (administrativa, técnico-científica, didática, de fiscalização, de promoção territorial e das produções agropecuárias e florestais, etc.). O Servizio Agro Silvo Pastorale, no qual Giorgio e Elena trabalham, é justamente a divisão do Ente Parco responsável pela gestão, pelo controle e a promoção das atividades agropecuárias e florestais realizadas no território do Parque e nas áreas de sua competência.

O Parque Nacional GSML deve seu nome ao monte Gran Sasso, incluído no perímetro do unidade de conservação. Com seus 2914 metros, o Gran Sasso é o maciço mais alto da cadeia dos Apeninos. Para a Itália central e meridional, durante o ano inteiro, representa uma das metas principais do turismo ligado ao montanhismo, alpinismo, escalada e esportes inverniais. Além da presença do Parque Nacional, com suas belezas naturais e biodiversidade de flora e fauna, e do maciço do Gran Sasso, que, sozinhos, representam dois atrativos turísticos de importância nacional e europeia, a região em questão é caracterizada pela presença de vilas e burgos medievais, bem preservados e pitorescos. Graças às revitalização e

promoção turística recentes, eles passaram a constituir um recursos local notável, cada vez mais reconhecido e explorado como atrativo para um turismo selecionado, interessado em aspectos culturais, gastronômicos, artísticos, arquitetônicos e na beleza paisagística. Isso é demonstrado, por exemplo, pelo caso do burgo di Santo Stefano di Sessanio (local de produção da lentilha Fortaleza), famoso por uma experiência bem sucedida de revitalização turística do centro histórico. Com intervenções em escala pequena e baixo impacto, os prédios do centro medieval, desabitados e em condições de abandono há anos, foram restaurados para hospedar uma rede de pequenas pousadas, espalhadas por todo o retículo do centro antigo. Além da presença dos burgos históricos, a poucos quilômetros de distância do Parque Nacional GSML, tem outros dois Parques Nacionais de grande importância científica e relevante beleza, o Parque Nacional d’Abruzzo, Lazio e Molise (instituído em 1922) e o Parque Nacional da Majella, mais numerosas unidades de conservações menores.

As condições climáticas, no que diz respeito à agricultura, e de “interioridade” e isolamento geográficos, pelo que concerne às oportunidades de formação, emprego e conectividade social, de fato, são severas e penalizantes. Como já mencionado, em termos históricos e econômicos, a marginalidade que, de alguma forma e desde sempre, conota as regiões serranas, foi especialmente exacerbada por despovoamento e emigração intensa para a cidade, um fenômeno iniciado no começo da segunda metade de 1900 e ainda hoje em andamento. Nos planaltos e pelas encostas dos Apeninos, não é difícil achar casos de vilarejos literalmente abandonados, centros, até poucas décadas atrás, habitados e hoje desertos. Ninguém mais está disposto a morar lá, ninguém mais nasce lá e, depois de os habitantes mais velhos terem morrido, só ficam as pedras das casas. Outras vilas, antigamente prósperas, hoje hospedam comunidades reduzidas a vinte, trinta ou sessenta pessoas, prevalentemente idosos, e a reposição demográfica não ocorrerá.

Apesar desse quadro geral, podemos afirmar que, no conjunto, a região objeto desse estudo, assim como algumas outras áreas montanhosas mais ou menos próximas, se encontra em uma situação bem menos desoladora e conta com a presença de vários elementos positivos, ou potencialmente positivos, como a proximidade de cidades maiores, a presença do Parque, de burgos antigos, de produtos típicos e de fluxos turísticos, a serem transformados em recursos.

A de Santo Stefano di Sessanio é uma variedade de lentilha pequena e muito saborosa, redonda, de cor escura, entre marrom e roxo. Ela cresce acima dos 1000-1100 metros de altitude, nas encostas do Gran Sasso, sendo 1200 metros sua altitude ideal. Trata-se de um

biotipo específico, selecionado e adaptado, na região, ao longo dos séculos (o cultivo de leguminosas e, em particular, de lentilha, são atestados na região já em documentos monásticos do ano 990 d.C.; SLOW FOOD, 2004). A semeadura da lentilha acontece após o inverno, no final do mês de março. Os solos pobres e calcários da montanha são perfeitos para a planta, que não requer manejo especial nem fertilização. Muito trabalhosa, pelo contrário, é a colheita, que ocorre entre final de julho e final de agosto. A lentilha tem maturação escalar e o tempo depende também da altitude do campo. Podem passar até 15 dias entre o corte das plantas, quase sempre manual, e a batedura. Nesse tempo, as plantas cortadas, deixadas no campo, amontoadas e cobertas com uma tela, continuam alimentando a semente, até a maturação. Muitas vezes, o uso da máquina *trebbiatrice* (debulhadora) é impedido pela conformação extremamente acidentada dos campos e, sobretudo, porque a lentilha está na parte baixa da planta, muito próxima ao terreno: a colheita mecanizada significaria a perda de 30-40% da safra. Atualmente, a área em que a lentilha ainda é – ou voltou a ser – cultivada inclui alguns campos nos municípios de Santo Stefano di Sessanio e nos municípios limítrofes, na província da cidade de L'Aquila: município de Calascio (população residente 136 habitantes), Castelvecchio Calvisio (155 habitantes), Barisciano (1897 habitantes), Ofena (520 habitantes) e de Castel del Monte (467 habitantes; dados ISTAT). Esses são pequenos núcleos habitados, localizados entre os 530 metros de altitude acima do nível do mar (Ofena) e os 1346 metros (Castel del Monte). As terras utilizadas para plantio da lentilha são lotes situados em terrenos de altitudes, pertencentes a proprietários privados.

Antes da instituição da Fortaleza, por volta de 2004, os que continuavam plantando a lentilha eram apenas poucos anciãos, apegados afetivamente ao consumo doméstico de um alimento da tradição e de toda uma vida. As quantidades produzidas e vendidas localmente diminuía a cada ano, ameaçadas também pela aparição, nos primeiros anos de 2000, de um mercado de lentilhas de Santo Stefano não autênticas, mas, vendidas como tais. Desde o ano de sua criação, os produtores de lentilha inscritos na Fortaleza são 12. Com exceção de três empresas agrícolas familiares que, além da lentilha, produzem cereais, outras leguminosas, farinhas e massas e que vivem da renda agrícola, para os demais a produção de lentilha é uma atividade amadora ou um pequeno complemento de renda (todos eles têm outro emprego ou são aposentados que voltaram a cultivar os campos no tempo livre). Por conseguinte, são apenas três os que embalam, etiquetam e vendem a lentilha dentro de circuitos comerciais maiores (empórios e lojas locais, alguns pontos de vendas espalhados nas grandes cidades italianas, supermercados Eataly e através da venda online e aos grupos de compra colidária GAS; Figura 37).

No caso de três dos produtores, a atividade econômica principal é a recepção turística (agroturismo e pousadas com gestão familiar).

Após a criação da Fortaleza, o preço da lentilha de Santo Stefano não registrou aumentos significativos. Em compensação, sua fama e a procura por ela, antes localmente muito restritas, naqueles anos, começaram a se difundir. Hoje, a produção de lentilha, considerando o conjunto dos produtores da Fortaleza, corresponde a 8-10 toneladas totais, com 25-30 hectares de terrenos empregados para o cultivo.

O produto (seco) é vendido por 10 euros/kg no atacado e 14 euros/kg no varejo (embalagens de 1kg e 500g). Cada produtor comercializa através de seus próprios canais e contatos e com sua própria embalagem e etiqueta, não existindo um plano de marketing comum nem um formato padrão para os associados da Fortaleza.

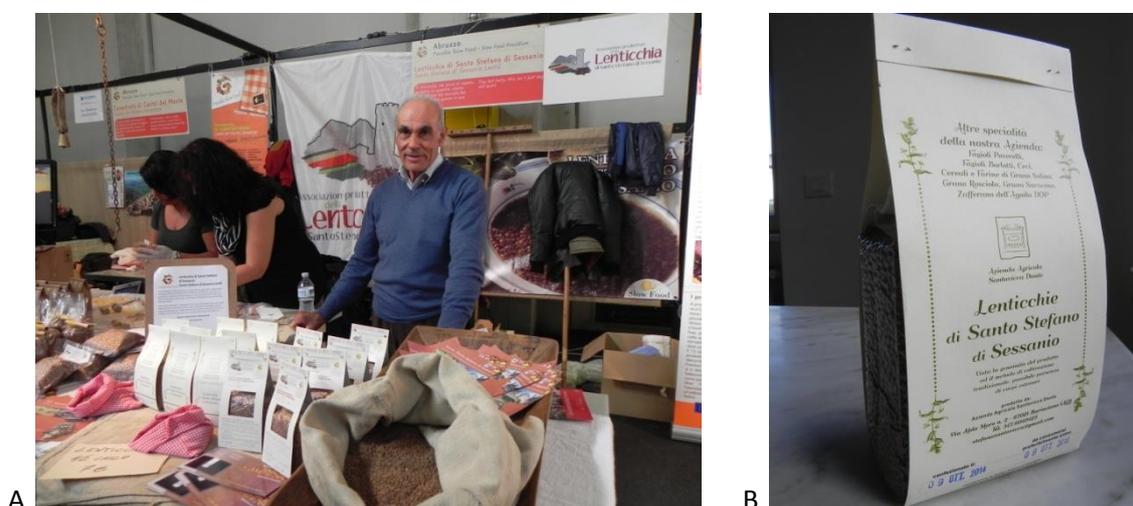


Figura 37. A, B Dante, produtor agrícola, expondo e vendendo a lentilha Fortaleza no Salone del Gusto de 2014; uma das embalagens da Fortaleza da Lenticchia di Santo Stefano (fotos da autora).

O queijo da Fortaleza do Canestrato di Castel del Monte é produzido principalmente com leite cru de ovelhas das raças *Sopravvissana* e *Gentile di Puglia*. Por tradição, cada produtor segue sua própria técnica para a transformação, a qual pode diferir das outras por pequenos detalhes. Em geral, o leite filtrado é esquentado a 35°-40°C durante 15-25 minutos e é acrescentado o coalho animal natural, obtido do estômago de carneiro. A massa coalhada é rompida até obter grumos do tamanho de grãos de milho, levada à temperatura de 40°-45°C durante 15 minutos, passada nas *fiscelle* (pequenas cestas) e comprimida, para permitir o escoamento do soro residual. Após a salga, as rodas de queijo são colocadas sobre tábuas de

madeira, em ambiente fresco e arejado (a *casera*). O período de cura vai de dois meses até um ano. Durante esse tempo, as rodas são regularmente untadas, por fora, com azeite de oliva, para que a secagem não seja excessiva. O queijo pronto se apresenta em rodas de pasta dura e de peso variável (geralmente, entre 500g e 2kg).

O *canestrato* é produzido durante o ano inteiro. A área geográfica de produção do queijo reconhecido, desde 2004, como Fortaleza Slow Food é constituída pelos pastos da vertente meridional do Gran Sasso (na província de L'Aquila).

O *canestrato*, hoje em dia, é produzido e comercializado por apenas duas empresas de lacticínios (a Associazione Bioformaggi Gran Sasso e a Cooperativa Campo Imperatore). Elas recebem e transformam o leite das ovelhas criadas por dezoito pequenos agricultores locais. Inicialmente, quando a Fortaleza foi instituída, as empresas transformadoras inscritas no projeto eram quatro (a Bioformaggi, a Cooperativa Campo Imperatore mais dois produtores individuais).

Apesar de um dos produtores declarar que o mercado e o preço do *canestrato* foram beneficiados pela instituição da Fortaleza e a promoção realizada pelo Slow Food (com a participação na exposição-mercado Cheese, por exemplo), a situação do produto não resulta ser florescente, sendo numerosos os problemas relativos a colocação e preço de mercado. Hoje, o *canestrato* é vendido ao consumidor final por cerca de 10 euros/kg, um preço considerado de faixa baixa e mais apropriado para um queijo genérico, mais do que para um queijo de montanha, típico e reconhecido como Fortaleza Slow Food. O queijo da Fortaleza é vendido, principalmente, em lojas e feiras das cidades de L'Aquila, Pescara e Chieti (nos Abruzos) e nos mercados Eataly de Roma, Florença, Milão e Bari.

O caso do *pecorino* de Farindola é mais complexo, porque o produto deixou de ser uma Fortaleza. Inicialmente, o projeto Fortaleza contava com a participação de 26 produtores, reunidos no *Consorzio per la tutela del Pecorino di Farindola* (Consórcio para a tutela do Pecorino de Farindola), entidade especificamente criada em função do projeto Fortaleza e da revitalização. A região de produção reconhecida pela Fortaleza incluía os municípios de Farindola, Montebello di Bertona, Villa Celiera, Carpineto della Nora, Civitella, Penne (na província de Pescara), Arsito, Bisenti e Castelli (na província de Teramo).

O leite para a produção do queijo, segundo a tradição, é ordenhado manualmente de ovelhas da raça *Pagliarola Appennica*, criadas soltas nos pastos de montanha. A produtividade leiteira dessa raça é baixa. Ao leite, esquentado a 35°C, é adicionado, caso único na Europa e,

talvez no mundo, o coalho suíno. A preparação desse coalho tem raízes antigas, talvez de época romana e, ainda hoje, é uma prerrogativa exclusiva das mulheres que, até poucas décadas atrás, se transmitiam a receita, de geração em geração (SLOW FOOD, 2004). Uma vez coalhada, a massa é rompida em grão pequenos, tirada do fogo e distribuída em cestas de vime. Depois da salga, realizada em até 48 horas, as rodas são colocadas nas *madie* (baús de madeira típicos, tradicionalmente utilizados para guardar gêneros alimentícios) e deixadas curar por um mínimo de 40 dias e um máximo de um ano. Para evitar a formação de mofo, a crosta é periodicamente untada com uma mistura de azeite de oliva e vinagre. Ao longo do período de cura, ela vai assumindo uma cor marrom amarelada.

Apesar de não existir mais como Fortaleza e de muitos produtores terem saído do Consórcio e deixado de produzir, esse queijo continua mantendo um nome e uma fama consideráveis. Ainda hoje, ele é produzido e vendido no mercado nacional como um produto nobre, substancialmente de nicho, e com um preço de faixa alta (entre 20 e 35 euros/kg). Portanto, o fracasso do projeto Fortaleza não corresponde, de forma alguma, à falência do projeto de valorização e de sustentabilidade econômica da produção. Como ouvimos diretamente das vozes dos entrevistados, a história peculiar dessa Fortaleza, considerada em termos de experiência coletiva e de desenvolvimento local, sofreu com problemas de natureza diferente.

Francesca Bladereschi, responsável das Fortalezas italianas pela Fundação Slow food para a Biodiversidade, a propósito do caso do *pecorino di Farindola*, afirma:

Os produtores estavam muito convencidos em apoiar um projeto como o das Fortalezas. Eles se dedicaram muitíssimo a isso. Alguns funcionários do Parque trabalharam para as Fortalezas e depois, obviamente, desenvolveram um setor do Ente para a promoção das produções típicas do território do Parque. Naquela época, o diretor do Parque também era muito favorável. Depois, com a mudança de diretor, faltou a constância. Aí, não é nem uma questão política. É uma questão de câmbio nos cargos. De não continuidade. E, como acontece, os que assumiram depois a diretoria, podiam estar menos interessados nesse setor de promoção das produções locais.

A mudança na diretoria e de linha de gestão, assim como a diminuição dos recursos orçamentários disponíveis, significam o enfraquecimento da iniciativa e da função “puxante” do Servizio Agro Silvo Pastorale do Parque. Entretanto, devido à permanência de alguns funcionários, o comprometimento do Ente para com a valorização das produções locais não se extingue, como demonstrado pela presença e o papel, ainda hoje central, da divisão pela qual

Giorgio e Elena trabalham – e pela parte jogada pessoalmente pelos próprios Giorgio e Elena, em termos de iniciativa, orientação, envolvimento e agregação (só para dar mais um exemplo, os dois elaboraram e coordenam um prêmio regional para o melhor mel produzido no território dos parques dos Abruzos). Contudo, o andamento das Fortalezas da montanha *abruzzese* apresenta vários problemas, como afirmam os dois e Francesca Baldereschi. As dificuldades estão ligadas aos empecilhos geoclimáticos, mas, especialmente, a dificuldades organizacionais e de cooperação entre produtores e, por conseguinte, de gestão econômica.

Em relação ao caso da Fortaleza do Pecorino di Farindola, Giorgio conta que em 2004 o produto teve um boom repentino: declarado oficialmente Fortaleza pouco tempo antes, propagandado por suas peculiaridades, pela unicidade do coalho suíno (que não é utilizado para nenhum outro queijo do mundo), o produto vivenciou uma verdadeira escalada ao sucesso. Em poucos anos o preço subiu muito, chegando a 40 euros/kg (hoje, o preço ao consumidor está por volta de 30 euros). Porém, explica Giorgio, esta escalada gerou efeitos contraproducentes: como muitas vezes acontece, quando ocorre um boom e se alcança a celebridade muito rapidamente, em comparação com ritmos e tempos da montanha, surgem alguns problemas. Devido ao sucesso enorme e repentino, chegou uma empresa maior, que acabou tomando conta da estrutura e da cadeia produtiva do *pecorino*. De fato, hoje em dia, em Farindola, não tem mais só os pequenos produtores artesanais, com poucas centenas de ovelhas, mas se implantou uma empresa grande, com milhares de ovelhas – que não são ovelhas da variedade local, mas são ovelhas francesas, mais produtivas. E o *pecorino* que se faz hoje, acrescenta Giorgio, perdeu aquele caráter artesanal que o distinguia, e o espírito não é mais o de uma Fortaleza de pequenos produtores locais.

Paralelamente, através da chegada da grande empresa, apareceu o interesse da parte da grande distribuição organizada (redes de supermercados): a empresa, por produzir muito, tinha necessidade de vender muito. Mas, a entrada da grande distribuição também criou alguns problemas ligados, por um lado, à necessidade de comprar e vender grandes quantidades de produtos no mercado nacional e, pelo outro lado, ao interesse em vender rodas de queijo dotadas do prestigioso símbolo do Slow Food (que permite aumentar bastante o preço de venda). Por causa destas questões e de problemas econômicos sérios dentro do consórcio, o núcleo central dos produtores do *pecorino* não conseguiu continuar sustentando a Fortaleza. Eles não conseguiram mais se acordar, não conseguiram mais pagar a cota anual que o Slow Food pede para manter a Fortaleza, realizar o material e a promoção. Portanto, apesar do esforço e da boa vontade dos agentes funcionários do Parque, o *pecorino di Farindola* deixou de ser uma Fortaleza.

Se os produtores sócios do consórcio tivessem feito assembleias - diz Giorgio - e se os problemas tivessem sido botados para fora e conversados, talvez eles tivessem conseguido resolver algo. Em vez disso: “Muito pelo contrário, aqui as coisas se falavam pelas costas. Ninguém, nunca, se dizem as coisas como estão, de forma forte e clara. Tudo é colocado como fofoca. Nunca se tem clareza, em relação aos problemas coletivos”.

Em relação as dificuldades dos produtores de outra Fortaleza local, a da *lenticchia*, Giorgio destaca que, apesar de ter começado bem, o processo despencou por causa do terremoto, arrastado pela queda repentina dos fluxos turísticos⁹⁷. Além disso e já desde antes, ao aumentar da celebridade da lentilha, aumentaram também as tentativas de fraudes. Muitos dos moradores que tinham um pequeno campo começaram a se improvisar agricultores, produzindo poucos quilos da lentilha autêntica, comprando variedades de lentilha mais barata da Turquia e revendendo como se fosse a de Santo Stefano. Isso causou também danos agronômicos em termos de hibridações descontroladas da semente da variedade autóctone, ameaçando o trabalho de recuperação realizado pelo Parque em parceria com a ARSSA (*Agenzia Regionale per i Servizi di Sviluppo Agricolo*, Agência Regional para os Serviços de Desenvolvimento Agrícola, entidade pública equivalente à ARSIA da Toscana, cf. par. 4.4).

Além disso, cabe constatar as dificuldades objetivas que dificultam a viabilidade de projetos de desenvolvimento baseado no cultivo desta lentilha: se trata de um cultivo difícil, assim como é difícil, em si, a agricultura de montanha. Os campos onde a lentilha é cultivada são pequenos vales de altura, pouco acessíveis, que requerem meios específicos para ser alcançados e trabalhados. Os terrenos melhores se encontram em áreas rochosas. Uma das dificuldades principais para os produtores é *trebbiare* (debulhar), porque poucos deles possuem as máquinas para esse serviço. Selecionar e catar também é uma dificuldade: os grãos são muito pequenos apenas dois ou três produtores possuem o *svecciatoio* (peneira vibratória).

É por isso, afirmam os funcionários do Parque e alguns dos produtores, que o cultivo da lentilha de Santo Stefano não tem possibilidade de ser transformada na atividade econômica fonte principal de renda para uma família. Por motivos objetivos, não pode se

⁹⁷ A partir do dia 6 de abril de 2009, a cidade de L’Aquila e seus arredores foram atingidos por um abalo sísmico prolongado, com pique de intensidade grave (magnitude Richter 6.3), que destruiu o centro histórico da cidade, causou o desabamento de prédios e danos às estruturas na cidade e nos municípios limítrofes, provocando 309 mortos, 1.600 feridos e cerca de 80.000 desabrigados e deixando danos duradouros às atividades econômicas e ao turismo da região inteira. Santo Stefano di Sessanio sofreu poucos danos às estruturas e danos relativamente leves. Porém, sofreu com a conjuntura negativa em relação à afluência turística.

tornar um produto de ponta, em volta do qual criar e desenvolver empresas que consigam viver bem disso, ou seja, só de lentilha.

A experiência de valorização do queijo *canestrato*, também, parece sofrer com dificuldades ligadas a lacunas na organização interna do consórcio e das diversas empresas consorciadas, a disparidades entre os produtores e atores envolvidos – em termos de empoderamento e participação ativa – e devido à ausência de uma elaboração projetual unívoca e compartilhada.

Giorgio, ilustrando a desorganização interna de uma parte dos produtores do *canestrato*, recorre a duas anedotas para exemplificar o escasso domínio da situação e a falta de espírito de iniciativa. Na hora de recolher a cota anual para pagar a manutenção da Fortaleza, afirma, os produtores choram por causa da crise na qual se encontram, porque eles não têm o dinheiro para pagar. Mas, à proposta de sair da Fortaleza e deixar de ter esse gasto, eles simplesmente não respondem, e acabam ficando. Continuam dentro, mesmo cheios de problemas e sem fazer nada para resolvê-los. E quando Giorgio pergunta se, pelo menos, já colocaram a logo do caracol do Slow Food e o selo da Fortaleza nos queijos (como eles tem direito de fazer), eles respondem que não, que não a colocaram. “Por quê?”, o Giorgio se pergunta admirado e pergunta para eles. Nenhuma resposta da parte dos produtores. Talvez porque não queiram gastar para refazer as etiquetas, supõe Giorgio. Mas, o assombro dele é grande: “Como assim!?”. Ele chegou ao ponto de dizer aos produtores: “Vocês pagam para ter essa publicidade e não a usam?! Mesmo que vocês não estejam nem aí pela filosofia do Slow Food, nem que seja apenas para ganhar com o selo, bom, pelo menos aproveitem isso!”. Aquele caracol, comenta Giorgio, permite estar no site do Slow Food, em todos os guias que o Slow Food publica e divulga no mundo inteiro. Aquele símbolo dá uma visibilidade incrível, e eles não tomam providências nem para aproveitar isso.

Para obter um quadro geral dos fatores desfavoráveis ao êxito dos projetos de valorização, é necessário somar às condições objetivamente difíceis da agricultura de montanha a circunstância nefasta do terremoto de 2009. Porém, esse evento que, certamente, constitui um empecilho, não foi – nem é interpretado por nenhum dos atores e das partes – como determinante; mas sim, interveio dentro de um quadro já negativo, marcado pelo conjunto de dificuldades sociais e gerenciais, dos insucessos elencados ao longo das entrevistas e constatados durante a pesquisa de campo. Nesse sentido, parece ser mais importante o papel desempenhado por certa atitude comum, ou “mentalidade”, segundo a

menção popular, isto é, a forma cultural de entender e conduzir as relações sociais e de poder, a qual é a base de tudo.

Além dos já mencionados, bastam poucos exemplos para corroborar o que pretendemos dizer. Como ficou claro, o Parque Nacional, em primeiro lugar, fez muito – ou tudo – em prol da valorização dos produtos, em termos de iniciativa, financiamento, acompanhamento e apoio. Apesar disso, conversando com os produtores presentes no stand de exposição e venda da lentilha e do *canestrato*, na edição de 2014 do Salone del Gusto, em Turim, coletamos uma série interessante de invectivas e reclamações endereçadas às instituições e ao poder públicos (Parque Nacional, governo, ministérios, entes administrativos regionais etc.). Elas exemplificam uma postura peculiar e nos permitem resumir a direção de alguns eixos próprios da cultura cívica do estudo de caso em questão.

“Ninguém ajuda a gente! Ninguém defende a gente. Estamos à mercê de javalis, vacas, veados...!”, exclama um produtor de lentilha, aludindo à presença da fauna selvagem – tutelada, na região do Parque – e doméstica que, às vezes, entra nos campos e danifica os cultivos.

“Nós somos os mais pobrezinhos”, afirma outro agricultor. “O MIPAF (Ministério das Políticas Agrícolas e Florestais, NdA) não ajuda a gente. Eles não querem ter nada a ver com a gente. Ninguém. Nem os GAL, nem os Planos de Desenvolvimento (a referência é às política da UE para a agricultura, NdA). Nós somos cobaias a serem exploradas. O dinheiro que L’Aquila recebe, do terremoto, volta sem ser utilizado”. E continua, exasperando: “Os javalis estão tutelados. As vacas vagueiam sem vigilância. De manhã, a gente só acha os danos”.

Contudo, os produtores falam isso enquanto estão participando no Salone del Gusto graças ao financiamento do Parque Nacional, que pagou o espaço expositivo por e para eles. Além disso, por serem agricultores com terras incluídas no perímetro do Parque Nacional, eles recebem gratuitamente do Parque as cercas eletrificadas para proteger as culturas das invasões da fauna e as indenizações pelos danos provocados pela fauna selvagem.

“O parque só deu problemas para a gente!”, intervém outro agricultor. Ele está se referindo ao parque enquanto instância de tutela ambiental, mais do que ao organismo público e seus funcionários. “O parque torna tudo mais difícil. Tem os animais selvagens. Não traz turismo, como deveria. A gente não quer a indenização pelas produções perdidas. A gente vive atormentado pelos ambientalistas. Na Itália tem pessoas demais comandando... E o crime pior é cortar uma árvore. Cortar uma árvore que cai em cima de um cachorro”.

“Os que comandam atrapalham a gente. A gente resiste, continua plantando, apesar dos que governam a gente” afirma outro agricultor.

Em conclusão, os pontos essenciais observados no conjunto de casos aqui considerados podem ser esquematizados como segue:

1. De forma geral, predomina certo estado de marginalidade e necessidade permanentes, presente na percepção e nas expressões dos atores locais em uma medida muito mais intensa do que a realidade, objetivamente, justificaria. Devido a essa condição, são igualmente constantes (i) o pedido endereçado ao poder público – sendo que, na maioria dos casos, o pedido não é explicitado nem encaminhado nas formas apropriadas – e (ii) a postura da espera (passiva). A lógica dominante é a autocomiseração por estar num estado de carência, o qual justifica e exige que qualquer providência tenha que ser postulada a um poder superior, à autoridade pública. A qual, por sua vez, tem o dever de oferecer, do alto de sua posição e com paciência, a solução para todos os problemas. Vive-se na espera da intervenção providencial e paterna que vem de cima para baixo. Há necessidade e pretensão de auxílio, guia e acompanhamento constantes.

2. Além de não haver cultura da iniciativa, da iniciativa organizada nem do ativismo, prevalece a atitude da queixa (“Nós somos os mais pobrezinhos”). Ao se autoperceber como incapacitados e decapitados, como vítimas do poder público que os esquece e abandona (à mercê da burocracia, dos políticos ineficientes, do Parque Nacional, da fauna tutelada etc.), os atores se sentem e, de fato, atuam como tais.

3. A sensação constante de estar, como grupo humano local, sempre se debatendo em volta de recursos escassos (ou percebidos como escassos) parece determinar uma situação de competição mais do que de colaboração.

4. No lugar da prática do cooperativismo, prevalece a tendência à desconfiança nos outros e nas instituições, à fofoca, à inveja, ao individualismo e à competição não profícua.

5. Nos percursos de valorização considerados, falta ou, em um caso, falhou a figura de um produtor líder, de uma figura carismática, par entre os pares. No lugar dele, demonstrou-se vital a função motriz de funcionários de um organismo público animados, pacientes além do que é exigido pelo cargo profissional e empenhados num trabalho quase voluntário (papel paterno). Isto posto, mudanças na diretoria e na linha de gestão do Parque, assim como a diminuição dos recursos orçamentários disponíveis, provocam descontinuidades significativas que podem prejudicar definitivamente os projetos.

6. De fato, não existem redes, mas sim, do começo ao fim, existe uma linha vertical que, graças ao empenho pessoal de figuras específicas, procede de um provedor público (Parque) em direção a várias unidades subalternas (os produtores), as quais não se entrelaçam entre si. O provedor público tenta, mas não consegue, completar um ciclo de tradução junto com os produtores, e acaba se encarregando de fazer tudo para, depois, passar uma solução pronta.

7. Entre os produtores, um ou dois empresários mais agudos e interessados em questões de lucro, se demonstram capazes de usufruir dos benefícios e dos canais providenciados pela iniciativa alheia e, para eles próprios, cada um por si, crescem. O sucesso, nas Fortalezas aqui estudadas, se traduz apenas em êxito econômico e toca exclusivamente a empresa capaz de emergir.

4.9 AQUI NÃO SE SEMEIA PARA COLHER. AS TRÊS FORTALEZAS DO AGRO ACERRANO-NOLANO (NÁPOLES)

O *agro acerrano-nolano* é a porção de planície da região Campânia que compõe a cintura norte da grande área metropolitana da cidade de Nápoles, a terceira metrópole da Itália por número de habitantes, depois de Roma e Milão.

Os confins naturais do agro são os montes da cadeia dos Apeninos, ao lado leste, o rio Clanio, ao norte e o vulcão Vesúvio, ao sul.

Essa planície, parte da área histórico-geográfica chamada *Campânia Felix* (feliz, próspera) pelos romanos e mais tarde conhecida como *Terra di Lavoro*, deve seu nome toponomástico às cidades de Nola e Acerra. Não é muito extensa (cerca de 200 km²). Entretanto, o território hospeda o tecido urbano de mais de trinta municípios – se incluirmos as porções limítrofes vesuviana e do *agro mariglianese* – todos densamente habitados. Aliás, Nápoles e esses seus contornos formam, de fato, um único, enorme aglomerado urbano, sem solução de continuidade. Olhando de cima, os campos e as áreas agrícolas de maiores são apenas seções de retângulos verdes espalhados que entrecortam a malha compacta do cimento e do asfalto.

O agro está englobado dentro da assim chamada área metropolitana de Nápoles, isto é, o vasto território da região Campânia que, por questões econômicas, urbanísticas e de serviços, além de históricas e culturais, está ligado à cidade de Nápoles. Diferentemente do território pertencente ao município de Nápoles, essa área, mesmo não existindo separação geográfica, não é administrada pela prefeitura da capital regional. Nápoles e a área metropolitana em volta dela constituem uma das regiões mais populosas da Europa. A densidade demográfica varia entre 900 habitantes e 2.672 habitantes por km².

A Campânia é a região mais industrializada da Itália meridional. Especialmente, o território de Nápoles, desde começo de 1900, é um dos mais industrializados do país (perdendo apenas das províncias do assim chamado "*triangolo industriale*", isto é, Milão, Turim, e Génova). Em anos recentes, a disparidade entre a industrialização e a vitalidade econômica desta em relação às das outras regiões meridionais diminuiu, devido ao avanço de regiões como a Pulha e os Abruzos e à desindustrialização gradual da Campânia. Tradicionalmente, os setores de ponta da indústria da Campânia são o mecânico, o químico, o naval, o setor manufatureiro. O artesanato e a indústria alimentar também representam duas seções vitais da economia regional⁹⁸.

⁹⁸ No setor mecânico, se destacam a Alfa Romeo-FIAT, com o polo industrial de Pomigliano d'Arco, a Firema de Caserta, a FMA de Pratola Serra (Fabbrica Motori Automobilistici, na província de Avellino) e os estaleiros de Castellamare di Stabia e Nápoles. A indústria aeroespacial tem um de seus polos mais importantes na Campânia, com a Alenia Aeronautica. Outros nomes de peso são o da SEDA, da Kiton, da Starlet e o da indústria química BASF. O Interporto-CIS de Nola é um dos mais importantes centros logísticos de distribuição atacadista da Itália e da Europa. Em Solofra, na província de Avellino, é localizado um dos principais polos europeus da indústria manufatureira do couro e das peles. O artesanato da Campânia prima pela produção de rendas, cerâmicas (célebres as de Capodimonte, Vietri sul Mare, Cerreto Sannita e San Lorenzello), da seda (a mais fina é a de San Leucio, província de Caserta) e dos presépios de Nápoles, famosos no mundo inteiro. Marcianise, província de Caserta, é um dos mais importantes centros artesanais da ourivesaria italiana.

O setor da transformação alimentar, ligado à florescente produção agrícola local, é constituído principalmente por estabelecimentos industriais, semi-industriais e artesanais para a fabricação de conservas de produtos hortifrutigranjeiros (especialmente de tomate), pastifícios e fábricas de lacticínios, de presuntos e embutidos.

A Campânia é uma das regiões que mais participa na produção agrícola nacional e uma das que detém o maior número de produtos com reconhecimento oficial de denominação de origem e indicação geográficas garantidas.

Os terrenos de origem vulcânica, homoganeamente presentes na região inteira, garantem alta fertilidade e maciez dos solos (COPPOLA et al., s.d.).

Tomate, batata, berinjela, feijão, pimentão, damasco (fresco), frutas cítricas, pêsego, maçã, figo, cereja e avelã representam as produções hortifrutícolas principais. Entre os tomates, as variedades *San Marzano*, típica do *agro nocerino-sarnese* (área limítrofe ao *agro acerrano-nolano*) e *piennolo* da área vesuviana constituem duas excelências, ambas reconhecidas como DOP. Localmente, a conspícua produção de tomates deu vida a centros industriais para a fabricação de conservas de grande importância, como a Cirio e a Doria, que abastecem os mercados italianos e europeus e são exportadas mundo afora.

A produção vinícola, o cultivo de trigo para farinha e de oliveira também representam setores de destaque. A massa, em primeiro lugar, é uma das produções tradicionais mais antigas e seletas da Campânia. Os azeites extravirgens obtidos das oliveiras da região são de qualidade reconhecidamente elevada (quatro deles detêm o selo de DOP), assim como são renomados seus vinhos (Taurasi, Greco di Tufo, Fiano di Avellino e Lacryma Christi, entre outros).

No que diz respeito à produção de derivados da criação animal, além de salames e embutidos nacionalmente conhecidos e apreciados, à Campânia, em particular às províncias de Caserta e Salerno, cabe a primazia na produção de um dos produtos italianos mais famosos no mundo, a *mozzarella di búfala campana* (reconhecida com selo DOP desde 1996).

Do ponto de vista produtivo, a área enfocada por este estudo, isto é, o *agro acerrano-nolano*, é conhecida por dois elementos principais. Em primeiro lugar, há a presença do polo industrial Alfa Romeo-FIAT, em Pomigliano d'arco, que fornece emprego para mais de 4300 pessoas. Além disso, junto com o limítrofe *agro nocerino-sarnese*, com o qual constitui praticamente um distrito agrícola homogêneo, a área é tradicionalmente voltada para a produção de damasco, feijão e tomate, especialmente do tomate das variedades *San Marzano*

(*Lycopersicon esculentum*), o único e original utilizado – a princípio – para a produção de conserva da tipologia *pelati*⁹⁹.

Um agricultor local afirma:

O tomate San Marzano, desde sempre, é o produto que, nesse território cria economia. Isso vale tradicionalmente. Porque, veja bem, foi justamente graças ao San Marzano que o camponês, aqui, passou a ter condição de comprar um bom pedacinho de terra, de construir a casa dele. Estamos falando da época do pós-guerra, da década de 1960 para cá. O tomate San Marzano, digamos, foi o carro-chefe dessa região.

Segundo a memória transmitida oralmente pelos habitantes, naquela época, havia cerca de 40.000 hectares de terra ocupados pelo plantio do que era chamado de “oro rosso”, ouro vermelho, da região. Os tomates das variedades pertencentes ao ecótipo San Marzano são frutos muito delicados, com pele fina, de forma cilíndrica ou piramidal alongada, entre os 60 e 80 mm de tamanho. Sua virtude principal é a de preservar sabor e aroma, mesmo depois do processo para conservação. Porém, sua pele fina e a polpa macia não suportam os tratamentos mecanizados e, para ficar inteiro, conforme a receita do *pelati* original exige, tem que ser manipulado com cuidado. O San Marzano, analogamente à videira, é cultivado em fileiras; o desenvolvimento da planta necessita de sustentos verticais e horizontais progressivos (respectivamente, hastezinhas de madeira e linhas de nylon ou de arame). A maturação e a colheita acontecem de forma escalar, em sete, oito ou mais vezes, entre julho e setembro.

Ao longo da segunda metade do século passado, devido à difusão de doenças e da baixa competitividade, em termos de custo de cultivo e de resistência à mecanização, houve a substituição do ecótipo originário San Marzano por variedades comerciais híbridas, mais produtivas e resistentes, tanto às doenças assim como aos procedimentos mecânicos. Os híbridos, apesar de não possuírem as qualidades organolépticas do original, conseguiram se afirmar, provocando a quase total extinção do tipo autóctone. Disso, surgiu a necessidade de recuperar um produto tão representativo e central da história, da agricultura e da cultura gastronômica locais.

⁹⁹ O método básico para a preparação da conserva clássica de *pelati* consiste na pasteurização dos tomates, por meio de ebulição dos potes ou garrafas de vidro onde os tomates crus e inteiros são previamente envasilhados em água e sal ou em suco de tomate salgado. O processo, além da esterilização, garante a formação do vácuo.

No *agro acerrano-nolano* são produzidos três importantes produtos Fortaleza dos 19 que compõem o elenco das Fortalezas de toda a região Campânia¹⁰⁰. Eles são: a Fortaleza dos *Antichi Pomodori di Napoli* (Antigos Tomates de Nápoles), Fortaleza da *Papacella* (pimentão *papacella*, nome dialetal) e a Fortaleza do *Fagiolo Dente di Morto* (feijão dente de morto).

Durante a visita de campo, encontramos dois informantes privilegiados, Bruno e Vincenzo (Figura 39 e 40), titulares de pequenas empresas familiares que produzem os três produtos Fortaleza.

À Fortaleza dos *Antichi Pomodori* pertencem mais de 30 variedades, selecionadas e recuperadas, do ecotipo San Marzano. Esses tomates são geralmente utilizados para preparo de conservas artesanais: o tomate recém-colhido é lavado em água, colocado no pote e fervido durante 12 minutos, sem adição de conservante nem aditivos químicos. O mesmo processamento realizado por transformadoras maiores (semi-industriais) prevê a retirada da pele do tomate antes do envasilhamento. Muito apreciado por não dar acidez e ser perfeitamente absorvido pelos demais ingredientes, o suco desse tomate é amplamente utilizado nas culinárias local e nacional típicas, que o exaltam no preparo da quase totalidade dos molhos destinados a pratos de massa e pizza, segundo declinações regionais variegadas. As mais famosas delas são, sem dúvida, a *pizza Margherita* e o celebre *ragù* napolitano (um molho de tomate com carne moída típico dos pratos dos dias de festa, cuja preparação – quase um ritual – requer mais de seis horas de cozimento). Apesar de a colheita acontecer entre julho e setembro, as conservas são disponíveis durante o ano inteiro.

O projeto Fortaleza relativo às variedades resgatadas do San Marzano (por isso, chamadas *Antichi Pomodori* de Nápoles) remonta aos primeiros anos da década de 2000. Hoje, elas são plantadas por agricultores da província de Nápoles, principalmente no *agro acerrano-nolano*, numa região limítrofe (*agro mariglianese*) e, em mínima parte, em terrenos pertencentes às províncias confinantes (Avellino e Salerno).

A assim chamada *papacella*, ou *papacella napoletana*, é um pimentão com nervuras, pequeno (8-10 cm de diâmetro), um pouco achatado, muito carnudo e saboroso. A cor varia entre verde, amarelo, vermelho alaranjado e vermelho escuro (Figura 38). Ele é tradicionalmente consumido fresco ou em conserva, em óleo ou vinagre, grelhado ou cru, e é utilizado em pratos típicos das refeições festivas da tradição culinária napolitana (especialmente na época natalina).

¹⁰⁰ O número de Fortalezas da Campânia, durante a elaboração da presente tese, entre junho de 2014 e julho de 2015, passou de 17 para 19.



Figura 38. A, B Papaccella verde e vermelha (fotos da autora).

Muito difundida em Nápoles e seus arredores, desconhecida no resto da Itália, a *papaccella* abunda nos bancos das feiras da região durante os meses do verão, a partir de julho, até a chegada do primeiro frio. Apesar de o olho dos nativos saber reconhecer imediatamente o produto veraz, o mercado local está invadido por pimentões híbridos, muito parecidos com o original.

Além dos detalhes morfológicos, o perfume e a doçura da carne são elementos de distinção fundamentais.

O período de semeadura vai desde meados de março até o começo de julho. A colheita, realizada manualmente, ocorre entre meados de junho e os primeiros dias de novembro.

Segundo a tradição oral, as hortas onde antigamente era produzida a *papaccella* (chamadas *parule*) eram localizadas nos arredores da cidadezinha de Brusciiano, próximo às fazendas onde era produzido um específico vinagre de vinho necessário à produção de conservas vegetais, inclusive da *papaccella*. O vinagre era feito do vinho tinto chamado *piccirillo*, um vinho agre e com baixo teor alcoólico, a ser consumido logo após a vindima, obtido de videiras cultivadas a *alberata* (isto é, apoiadas nas árvores presentes no campo, em fileiras). O produtor de conservas, dialetalmente chamado *ciutunaro*, mergulhava a *papaccella* ou outras hortaliças no vinagre, dentro de barris de madeira chamados *rancelloni* (plural de *rancellone*), os quais chegavam a conter até 150 kg de *papaccella* inteira.

Usualmente, a *papaccella* é consumida fresca (refogada, frita, assada, recheada com uma pasta de atum, aliche, azeitona, miolo de pão, uva passa, pinhão, tomate *piennolo* e alcaparra), ou é conservada (inteira e crua, no vinagre, ou grelhada em pedaços, no óleo). A

papacella conservada no vinagre é o ingrediente fundamental da *insalata di rinforzo*, acompanhamento típico do bacalhau e da carne de porco, nos pratos napolitanos das festas natalinas.

A época de colheita vai de julho até o começo de novembro.

Atualmente, os produtores de *papacella* que participam do projeto Fortaleza relativo, criado em 2005, plantam no território do *agro acerrano-nolano*.

No que diz respeito ao cultivo do feijão praticado na região de Acerra, segundo a pesquisa realizada na época da instituição da Fortaleza e sinteticamente apresentada no site do Slow Food (<<http://www.fondazione Slow Food.com/it/presidi-slow-food/fagiolo-dente-di-morto-di-acerra/>>, acesso em: junho 2015), essa tradição agrícola é mencionada já por fontes do século XVIII e sua descrição é relatada por diversos textos sobre a história da cidade. A referência mais interessante a propósito do assim chamado “feijão dente de morto” se encontra no “*Guida Gastronomica d’Italia*” (“Guia gastronômico da Itália”), publicado pelo Touring Club Italiano em 1931. O texto indica o feijão *dente di morto*, cujo nome deriva da cor branca opaca, parecida com a dos dentes dos mortos, como a especialidade de Acerra. Anteriormente, esse feijão chegava a ser exportado para a América e, sem dúvida, desde começo de 1900, até a década de 1970, a comercialização do produto representou uma atividade econômica muito importante para a região (<<http://www.fondazione Slow Food.com/it/presidi-slow-food/fagiolo-dente-di-morto-di-acerra/>>, acesso em: junho 2015).

A planta arbustiva, não trepadeira, que o produz é de cor verde escuro. Tradicionalmente semeado em duas épocas do ano, abril e julho, o feijão é colhido em julho e no outono, entre setembro e outubro. Sua casca é fina, seu cozimento rápido e sua textura cremosa, graças às características garantidas pela alta quantidade de elementos nutritivos fornecidos pelo solo vulcânico. Essas qualidades, junto com o sabor intenso, o tornam um ingrediente frequente dos pratos da culinária napolitana, entre eles *pasta e fagioli* (massa com feijão) e inúmeras sopas. Por ser facilmente digerível, o feijão era tradicionalmente utilizado para a alimentação das crianças.

Nas últimas décadas, o cultivo do feijão sofreu uma diminuição drástica, devido às mudanças de hábito alimentar e à difusão, no território nacional, de grandes quantidades de feijão importado e mais barato. O feijão *dente di morto* conseguiu não se extinguir apenas porque conservado nas hortas familiares da região de Acerra. O projeto Fortaleza, visando sua preservação e revalorização, foi instituído em 2010, com o apoio da prefeitura da cidade de Acerra.

A ideia de resgate e promoção das três antigas variedades hortícolas aqui apresentadas se deve ao acordo, a partir dos primeiros anos da década de 2000, entre: (i) sócios e líderes dos grupos locais do Slow Food, (ii) o ente administrativo Regione Campania, e (iii) o centro de pesquisa Eureco – isto é, um centro de pesquisa financiado por capital público, também conhecido como *ex Cirio Ricerche*, porque anteriormente pertencente à indústria conserveira Cirio. Em particular, Rita Abbagnale, hoje membro do Conselho do Slow Food Itália, Vito Trotta, naquela época e até 2011 responsável dos projetos Fortalezas da Campânia, e Patrizia Spigno, funcionária da Eureco e hoje líder do Convívium local, tiveram um papel fundamental como promotores e articuladores. Eles contataram pessoalmente alguns agricultores da região, os puseram a par da filosofia do movimento Slow Food e do projeto Fortaleza dos Antichi Pomodori di Napoli, primeiramente, e, mais tarde, da Papacella; conectaram os produtores com os técnicos agrônomos da Regione Campania empenhados no trabalho de resgate das sementes e reintrodução em campo. Foi justamente esse último órgão que, com o apoio técnico e a colaboração da Eureco, promoveu a ideia da recuperação das variedades típicas e financiou por inteiro a instituição das três Fortalezas (apenas a Fortaleza do feijão contou com a contribuição da prefeitura de Acerra).

Além disso, a partir de 2010, a *papacella* e o feijão, junto com outras produções tradicionais, passaram a ser valorizados como memória histórica da agricultura local graças ao projeto da Regione Campania chamado “*Orti di Napoli*” (“Hortas de Nápoles”).

Portanto, foi dentro desse contexto e graças à Regione Campania que várias hortaliças, identificadas como típicas, em perigo de extinção ou substituídas pelos híbridos comerciais, foram objeto de um programa de resgate do germoplasma local autóctone, de experimentações em campo e de restituição das sementes para os agricultores interessados. Eles são os que atualmente aderem aos projetos Fortalezas. Nesse quadro, a parte de conjugação entre a proposta do órgão público e o movimento, assim como o apoio para a valorização comercial das variedades reintroduzidas foram realizados pelo trabalho voluntário e os contatos das lideranças locais do Slow Food.

Com o intuito de garantir qualidade e sustentabilidade ambiental das produções, para cada uma das três Fortalezas foi redigido um protocolo de produção, o qual descreve as peculiaridades botânicas, históricas e organolépticas do produto, suas ligações com a cultura material e imaterial da região e as modalidades de cultivo consentidas. Para isso, o uso de aditivos químicos e agrotóxicos é proibido, em prol do emprego de substâncias e remédios fitossanitários contemplados pela proteção integrada.

Atualmente, os agricultores que produzem a *papacella* são três (eram sete, no começo do projeto). Os produtores de feijão *dente di morto* são cinco, todos eles pequenos agricultores familiares. No caso dos *antichi pomodori*, a Fortaleza é produzida por sujeitos muito heterogêneos: dois pequenos agricultores familiares (Bruno e Vincenzo); duas cooperativas agrícolas que reúnem centenas de sócios; e uma empresa agrícola maior e bem sucedida, a *Terra Amore e Fantasia*, que realiza produção, transformação e comercialização de produções e em formas diversificadas e vende pacotes de visitas e degustações na fazenda. Bruno e Vincenzo são os únicos que produzem as três Fortalezas.

Bruno tem 52 anos. Mora no município de Pomigliano d'Arco. É agricultor desde sempre. Junto com sua esposa Ornella e os dois filhos, de 22 e 20 anos de idade, cultiva os 5 hectares de terra antes cultivados por seu pai e seu avô. Desses, pouco mais de um hectare é herança e propriedade da família, enquanto o resto é terra arrendada já desde a época do avô.

Entre 1996 e 1999, por iniciativa da indústria conserveira local, com a participação de alguns produtores e dos sindicatos de categoria, foram instituídos a Denominação de Origem Protegida (DOP) e o *Consórcio de Tutela do Pomodoro San Marzano dell'Agro Sarnese-Nocerino*, conforme previsto pelo regulamento da Comunidade Econômica Europeia CEE nº 1263 de 1996, no respeito do regulamento CEE nº 2081 de 1992. A região geográfica incluída na área de produção identificada pelo estatuto da DOP do San Marzano é constituída por 41 municípios pertencentes às províncias de Salerno, Nápoles e Avellino. A DOP e o Consórcio de Tutela, segundo o intuito dos proponentes, nasceram para a defesa e a valorização do ecótipo originário, por razões de caráter econômico e social, visando a revitalização do território por meio de um produto símbolo quase extinto.

Pelo regulamento adotado, o reconhecimento de DOP é aplicável apenas ao tomate processado, isto é, ao San Marzano na forma de conserva *pelati* (cabe lembrar que a instituição da DOP foi demandada pela indústria conserveira local). A matéria-prima da conserva tem que ser cultivada em conformidade com regras rígidas e respondendo a critérios qualitativos e morfológicos igualmente restritivos.

Teoricamente, o objetivo da DOP era garantir, no mercado, a autenticidade de um produto e de um preço diferenciados, assim como tutelá-lo contra fraudes e apropriações indevidas do nome e da indicação de origem geográfica. Porém, conforme relatado por Bruno e Enzo – ambos consorciados da DOP – após a primeira fase exitosa e ascendente, devido aos

custos de certificação e aos empecilhos burocráticos, a lógica de funcionamento da DOP se revelou crítica e deixou de ser conveniente, especialmente para os produtores menores. Até que eles, apesar de continuarem no Consórcio de Tutela e de produzirem San Marzano, ao longo dos anos, preferiram deixar a DOP de lado e trabalhar mais com o Slow Food, dentro dos projetos Fortalezas.

O primeiro contato de Bruno com o Slow Food ocorreu em 2005, graças a Vito Trotta, que na época atuava no movimento, representava e promovia as Fortalezas Slow Food da Campânia. Vito Trotta chamou Bruno para um encontro, na sede da Regione Campania, com um técnico agrônomo funcionário da Regione. Ele, diz Bruno, tornou possível o contato com a ideia do resgate dos produtos Fortalezas.

Bruno, com efeito, aderiu à ideia e começou a participar nas campanhas de recuperação e testes em campo das sementes das hortaliças. Durante essa fase conheceu e trabalhou com Patrizia Spigno, ativista do Slow Food e funcionária da Eureco. A primeira Fortaleza reintroduzida por Bruno foi a *papacella*. Em seguida, ele aderiu à Fortaleza dos *Antichi Pomodori* e voltou a plantar o feijão *dente di morto*. A propósito da mudança do sistema DOP para a Fortaleza Slow Food, Bruno afirma:

Na Fortaleza dos *Antichi Pomodori* me sinto muito mais livre. Planto com mais paixão, porque, com aquela questão da DOP e das indústrias, eu perdi a confiança no Consórcio. Ademais, lá dentro começaram problemas de contrafações, de mistura do tomate DOP com tomates ilegítimos. Porque lá dentro não tem mais pessoas que queiram de verdade valorizar o território. Só tem pessoas querendo lucrar e nada mais. Desde que eu conheci o Slow Food, aquele esquema começou a me incomodar bastante. Até porque o Slow Food conseguiu montar um sistema pelo qual o agricultor se sente livre e consegue levar para frente suas ideias. Naturalmente tem regras a serem respeitadas. Temos nossos protocolos de produção. Mas, já o fato de eu produzir e conseguir levar meu produto para o laboratório artesanal e não para a indústria, de poder retirar meus produtos processados, colocar a etiqueta com o nome de minha empresa e vender para meus clientes... É algo meu, que sai do meu trabalho.

Hoje, Bruno se ocupa do trabalho nos campos e ajuda sua esposa, enfermeira aposentada, na parte de embalagem, etiquetagem e distribuição dos produtos frescos e processados (Figura 39). Os filhos, no tempo livre, ajudam entregando as vendas. Nas épocas de colheita e de trabalho mais intenso, Bruno contrata duas pessoas.

A *Azienda Agricola Sodano*, esse o nome da empresa de Bruno, produz:

- cerca de 400 quintais de San Marzano (DOP e variedades da Fortaleza) – 60% disso vai para a indústria de conservas (por 0.47 euros/kg); o restante 40%, vindo da semente de um dos ecotipos reconhecidos pela Fortaleza Slow Food, vai para o laboratório de transformação, que envasilha os *pelati* em vidros de 580 ml e 1062 ml. Bruno pega o produto pronto e o comercializa com sua própria etiqueta. Os vidros pequenos são vendidos por 2.50 euros/unidade no varejo: diretamente ao cliente através de feiras e mercados (5-7% das vendas), em 15 lojas de Nápoles e de outras regiões italianas (15-20%), e através de envio postal, para todo o território nacional (por volta de 2% das vendas). Os vidros maiores são destinados a alguns restaurantes da Campânia e de outras cidades italianas (70-75%). O custo de transformação é de cerca de 1,10 euros/unidade, ao qual se soma o custo do material, da entrega e da realização das etiquetas. Os tomates e os derivados produzidos por Bruno não podem ser exportados nem vendidos para a grande distribuição – apesar de o mercado Eataly ter pedido o produto – porque não dispõem da certificação higiênica HACCP, que consentiria o acesso a esses canais e a estocagem prolongada.

- 70-100 quintais de *papacella* – 60% da produção é vendida fresca em embalagem de 500 g, realizada com redes de material biodegradável; 40% vai para o laboratório que processa segundo duas receitas tradicionais: a maioria do produto é envasilhado inteiro, em potes de vidro, mergulhado no vinagre de vinho; uma parte menor é grelhada e envasilhada com óleo. O produto fresco é vendido por 4 euros/kg, o processado por 7 euros/kg (os custos de produção e de material são, respectivamente, de 1 euros/kg e 3 euros/kg). Bruno, em associação com mais três produtores de *papacella*, exporta o produto fresco para a Suíça, através de uma cooperativa local.

- 7-8 quintais de feijão *dente di morto* – O processo de cultivo, colheita e preparação, por inteiro, é realizado manualmente; o produto é comercializado seco, em embalagem a vácuo de 1 kg, 500 g e 250 g.

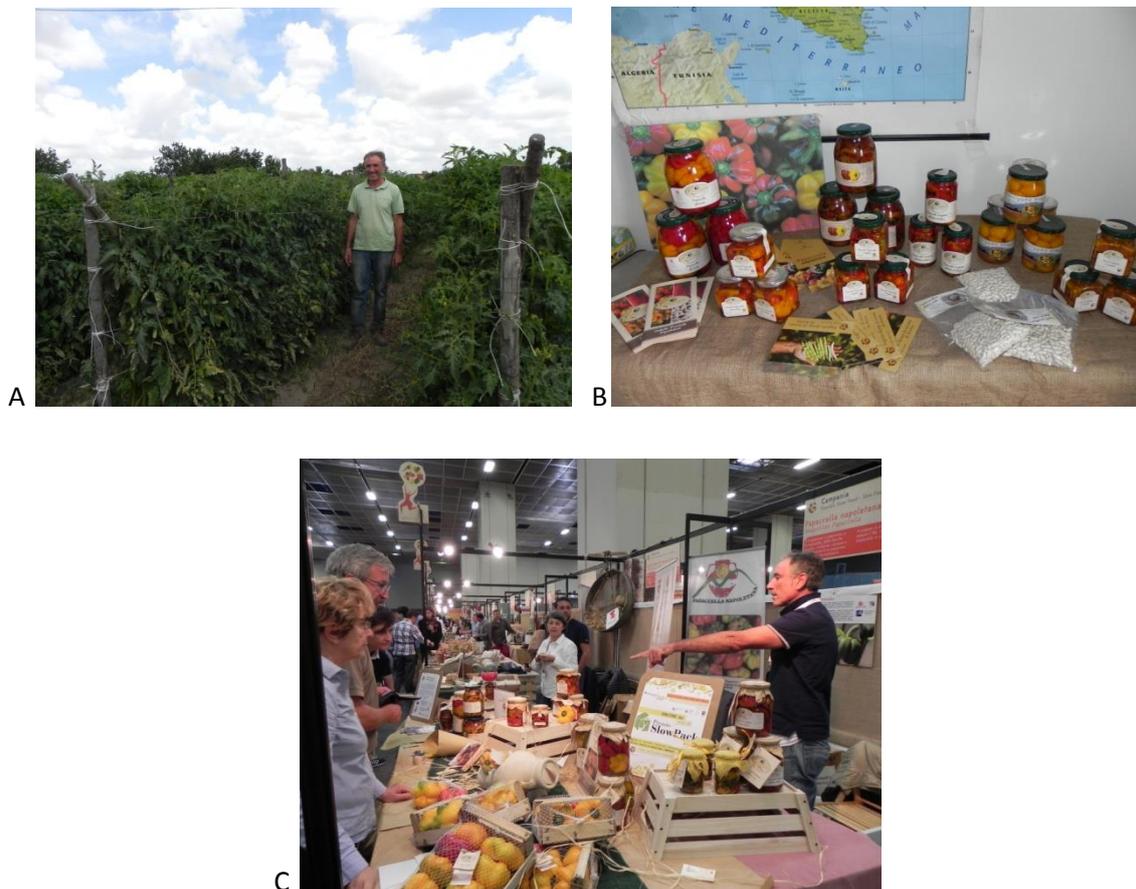


Figura 39. A, B, C Bruno entre as fileiras de planta de papaccella; as embalagem dos produtos da empresa agrícola familiar de Bruno; Bruno expando e vendendo seus produtos no Salone del Gusto, Turim, 2014 (fotos da autora).

Em relação ao andamento da empresa e dos produtos, Bruno se declara satisfeito, ou melhor, “satisfeitíssimo”, de todos os pontos de vista: ambiental, econômico, familiar etc.

Em vários momentos da nossa entrevista e de forma enfática, Bruno expressa sua própria visão da trajetória da agricultura e o desejo de reconhecimento que o trabalho e a função social do agricultor mereceriam: os agricultores são uma categoria desfavorecida; em um clima geral de abandono da terra e das atividades agrícolas, os que escolhem ficar, são quase heróis – afirma Bruno – que trabalham para preservar um patrimônio inestimável de saberes e de espécies. Em relação a isso, as ações e a filosofia do Slow Food em prol da defesa e valorização dos pequenos agricultores jogam um papel muito positivo.

Vincenzo, para os amigos Enzo, tem 42 anos, uma filha de 7 e um filho de 5 anos. Mora em Brusiano, município de cerca de 16.500 habitantes (2 920,64 hab./km², dados ISTAT de 2014) localizado aos pés do Vesúvio, entre o vulcão e o *agro acerrano-nolano*, a 16 km do

centro de Nápoles. Junto com sua esposa Violetta, Enzo gere sua própria empresa agrícola. Filho de uma família de agricultores, após ter deixado os estudos universitários no terceiro ano do curso de biologia e um período trabalhando como cozinheiro no restaurante de um parente, Enzo resolveu voltar à terra e se dedicar à agricultura, retomando os terrenos de família (Figura 40, A e C). Além de Violetta, que ajuda na parte comercial e administrativa, para trabalhar nos campos Enzo emprega a tia dele e dois trabalhadores sazonais.

Os terrenos do pai de Enzo, no último período, até o filho assumir a titularidade da empresa, eram utilizados para a produção de damasco. Mas o damasco, conta Enzo, não dava mais renda. Quando Enzo assumiu o controle das terras do pai e da porção que ele decidiu arrendar da tia dele (que passou a ser empregada assalariada da empresa), foi, aos poucos, diversificando e enriquecendo os cultivos, os produtos e as atividades. Além das três Fortalezas – *Antichi Pomodori*, *papacella* e feijão *dente di morto* – Enzo produz também outro produto Fortaleza: o tomate *piennolo* (também reconhecido como DOP)¹⁰¹.

Atualmente, a produção anual de Enzo consiste em:

- cerca de 5 quintais de feijão *dente di morto*, vendido seco, em embalagens a vácuo por 7 euros/kg, principalmente para restaurantes e clientes diretos de Enzo e Violetta.
- 30-50 quintais de *papacella*, comercializada (i) fresca, no mercado local, e para a cooperativa suíça (com Bruno e mais um produtor) e (ii) sob forma de conserva (cerca de 10 quintais), em óleo e em vinagre, nas mesmas formas vendidas por Bruno e através do mesmo laboratório de processamento (Figura 40, B). Os valores também correspondem.

¹⁰¹ Os produtores incluídos no projeto Fortaleza do *piennolo* são 12 agricultores sediados nos municípios vesuvianos, na província di Nápoles. De fato, a produção desse tomate, tipicamente usado para as conservas, é característica da região do Vesúvio. Os tomatinhos “pontudos”, chamados *spongilli* ou *piénnoli* (literalmente, pêndulos), devem esse último nome ao hábito de pendurar cachos deles (*schioche*, em dialeto), amarrados com uma cordinha de cânhamo, às paredes e ao teto, para secar. Trata-se de um tomate pequeno (20-25 gramas de peso), com a forma de uma cereja e distinguível pela presença de dois sulcos laterais e de uma ponta na extremidade inferior. A casca é grossa e muito resistente. A polpa soda e pobre de suco. Isso permite a durabilidade e a concentração de sabor no fruto colocado para secar. A semeadura acontece entre março e abril e a maturação entre julho e agosto. A forma tradicional prevê que os frutos, colhidos e reunidos em cachos, fiquem pendurados em locais com temperatura e umidade adequadas, até o inverno ou a primavera sucessiva. Dessa forma, antigamente, durante muitos meses, os pratos de peixe, as massas e as pizzas podiam contar com molhos de tomate de gosto intenso. O sabor típico do tomate *piennolo* é doce e azedinho, notas que se intensificam com o passar dos meses. Sempre segundo a tradição local, os *piennolo* representavam o típico lanche matinal dos camponeses durante o trabalho no campo: um tomate esfregado (*schiatato*, em dialeto) no pão, com um pouco de azeite, sal e uma folha de manjeriço. Na culinária regional, ainda hoje, eles são utilizados puros e na forma de conservas em vidro para o preparo de pratos de massa com frutos do mar, de peixe e carne.

- cerca de 70 quintais de damasco fresco, das variedades localmente conhecidas como *crisommola* e *pellecchiola*: Enzo vende o damasco à indústria conserveira local (fábricas de geleias), para os comerciantes atacadistas que abastecem os mercados e os supermercados da grande distribuição organizada da Itália inteira; o produto, afirma Enzo, é muito penalizado, sendo muito baixo o preço de mercado pago ao agricultor (oscila entre um máximo de 1,20 euros/kg, um valor médio de 0,70 euros/kg e valores mínimos de 0,10 euros/kg)¹⁰².
- 200 quintais de tomate *piennolo* (DOP e Fortaleza), vendido fresco por 1,70 euros/kg para uma pequena indústria transformadora local, que produz e vende conservas.
- entre 40 e 50 quintais de tomate San Marzano.

Violetta cuida de um canal de comercialização específico e importante: os produtos da empresa, tanto os frescos como os transformados, integram as cestas semanalmente preparadas e entregues a 20 grupos de compra solidária (GAS). Toda semana, Violetta envia por telefone ou por email a lista dos produtos disponíveis para os clientes. Aos sábados, as cestas com os pedidos estão prontas. A composição da cesta semanal para os GAS conta também com os produtos orgânicos de Maria Luisa, a titular de uma empresa familiar sediada em Poggiomarino (província de Nápoles). Enzo e Violetta colaboram usualmente com Maria Luisa, também para outras atividades e oportunidades de comercialização.

Por exemplo, em 2013, Enzo e Maria Luisa foram juntos para vender no Mercado da Terra de Milão (cf. par. 1.3), durante três edições da feira. “Foi uma experiência belíssima” comenta Enzo, “E a gente levou para vender também os produtos de outros produtores daqui, porque a gente acredita na ideia que não adianta querer ser protagonista sozinho”.

¹⁰² Enzo vendeu a produção inteira de 2015 por apenas 0.20 euros/kg. Na mesma época, o preço final ao consumidor, no mercado de Roma, é de 2-5 euros/kg.



Figura 40. A, B, C Enzo no campo de tomate; o vidro de *papacella* em óleo; Enzo no galpão onde são estocados os produtos que ele produz e vende (fotos da autora).

Apesar das dificuldades, dos investimentos conspícuos e das incertezas diárias e no longo prazo, Enzo aposta na diversificação, na variedade de produtos e canais comerciais como chave de sucesso para sua empresa. Além disso, ele nutre projetos para o futuro: gostaria de realizar, dentro de sua empresa, um polo didático, uma horta da biodiversidade, um laboratório de transformação, para beneficiar seus próprios produtos (tomate, damasco, *papacella*), e gostaria de organizar cursos de degustação e educação ao gosto para sensibilizar os consumidores e levá-los para mais perto da terra e do agricultor, “onde os alimentos são produzidos”.

Enzo e Bruno se conheceram durante uma viagem, no contexto dos programas de resgate das variedades regionais promovidos pela Regione Campania junto aos agricultores. Ao descobrir que comungavam do mesmo ideal de agricultura e de agricultor, os dois se tornaram amigos, ambos engajados na filosofia do Slow Food, e, periodicamente, parceiros no trabalho.

Por representar duas empresas familiares de dimensão modesta, talvez duas das menores, e pelo fato de ter abraçado uma causa importante, Bruno e especialmente Enzo sentem muito e lamentam as falhas do meio social e organizacional com as quais, diariamente, se deparam – e no qual, por outro lado, nasceram e cresceram.

A região enfocada por esse estudo, com efeito, é tristemente conhecida por acontecimentos tanto da atualidade, assim como oriundos de matrizes históricas e sociais mais antigas e enraizadas. Sobre a origem delas não poderemos nos adentrar muito, podendo apenas considerar alguns de seus efeitos convergentes.

A Campânia, de forma geral, e a área de produção das três Fortalezas, no específico, são, com certeza, territórios ricos em história e recursos, dotados de um passado nobre e, hoje, de uma base econômica relativamente bem desenvolvida. Trata-se de uma região agrícola dinâmica, dotada de um bom conjunto industrial e manufatureiro e aberta para o mar; a região é rica em sítios de interesse histórico, artístico e arqueológico, beneficiada por fluxos turísticos consideráveis, devido à presença de destinos turísticos praianos célebres, de atrativos naturalísticos, culturais e enogastronômicos. O da Campânia é o sétimo, por valores, entre os PIBs regionais italianos e o primeiro entre os das regiões do Sul do país (dados ISTAT de 2014). Entretanto, em termos de renda, resulta ser a região mais pobre da Itália.

Essa terra, há muitas décadas, sofre com questões políticas, históricas e socioculturais antigas e complexas, tão finamente entrelaçadas que parecem constituir uma condição atávica. Pelo contrário, se trata de sedimentações ocorridas, forjadas e exacerbadas ao longo do tempo e dos acontecimentos. As emergências e das dificuldades que objetiva e diariamente marcam, de várias formas, a vida da população, se traduzem também em exposição midiática e na consolidação, no imaginário coletivo, em nível nacional e internacional, de uma imagem extremamente negativa.

Desde meados do século passado, os arredores napolitanos são atingidos por fenômenos – em parte comuns ao resto do Sul italiano – que, frequentemente, assumem a intensidade e a gravidade de verdadeiras pragas. Entre eles há: taxas historicamente elevadas e constantes de emigração para as cidades do norte da Itália e da Europa e para os destinos além do Atlântico; taxas altíssimas de desemprego (21,5% em 2013)¹⁰³; expansão

¹⁰³ Segundo os dados ISTAT relativos ao ano de 2013, as taxas de desemprego menores, na Itália, pertencem à região Trentino-Alto Ádige (5,5%), seguida pelo Vêneto (7,6%) e pelo Friul-Veneza Júlia (7,7%). Os últimos lugares do ranking são ocupados por regiões do Sul: Sicília (21%), Campânia (21,5%) e Calábria (22,2%). Pelo que se refere às taxas por província, Bolzano (no Trentino-Alto Ádige) detem o

indiscriminada do cimento e crescimento urbano desordenado; presença difusa e consolidada de criminalidade e de organizações criminais de tipo mafioso.

Camorra é o nome específico da máfia dessa região italiana. Com esse termo é indicada a estrutura organizacional e econômica que está por trás do conjunto de atividades criminais, de tipo mafioso, especialmente vivas e influentes no território da Campânia e nacional, gradativamente estendidas além das zonas de origem. Provavelmente oriunda de formas embrionárias que remontam ao começo do século XIX (DE BLASIO, 1897; GRANT, 1897; RUSSO e SERAO, 1907; FALCIONELLI, 1936; DI FIORE, 2005, 2006), a *camorra* começou a deter um papel de certo destaque no panorama político italiano durante a fase de desequilíbrio do poder estadual central gerada pelo processo de unificação da Itália moderna (1861). O recrudescimento como organização de poder alternativa e criminosa ocorreu a partir da década de 1970 (ALLUM, 1973; ALLUM, 2006; BARBAGALLO, 1988, 1999; PALIOTTI 1973, 2003; SALES, 1988). Tradicionalmente, a *camorra* está presente e age de forma pulverizada, com centenas de famílias, ou clãs, cada uma das quais é mais ou menos influente, em nível territorial, na quase totalidade dos municípios da província de Nápoles e em muitos municípios da Campânia, especialmente na província de Caserta. Na grande área metropolitana de Nápoles, são muitos os âmbitos controlados por grupos “camorrísticos”, não apenas pelo que concerne às áreas de atuação clássicas das máfias (extorsões, usura, tráfico de drogas e de armas, prostituição), mas também em relação à administração das prefeituras e às decisões políticas, por meio de infiltrações nos órgãos administrativos locais e de controle de empresas e licitações públicas (JACQUEMET, 1996; MELORIO, 2010; NOCIFORA, 1982; SERAO, 2009). Uma das zonas mais subjugadas ao poder da *camorra* é, justamente, a área considerada por esse estudo, isto é, o conjunto dos territórios vesuvianos e o *agro acerrano-nolano*.

Em décadas recentes, a *camorra* ocupou um campo de atuação peculiar: o setor de tratamento e eliminação ilegais de resíduos, tanto industriais como urbanos. Trata-se de um campo de atuação de proporções muito amplas e lucrativo, que está determinando a progressiva degradação ambiental de áreas extensas das províncias de Nápoles e Caserta. A planície compreendida entre Acerra, Nola e Marigliano (território das três fortalezas apresentadas), antigamente conhecida por ser uma região verde e fértil do país, como a

melhor resultado (4,4%), seguido pela província de Prato, na Toscana (5,7%) e de Verona, no Vêneto (5,9%). As três províncias com taxas de desemprego mais altas são Crotone, na Calábria (25,6%), Nápoles (25,8%) e Medio Campidano, na Sardenha (27%).

Campania Felix dos romanos, passou a ser apelidada, pela imprensa e pela mídia, de “*Campania infelix*” e “triângulo da morte” (IOVENE, 2008; RABITTI, 2008).

Em consequência de vicissitudes ligadas a isso e à crise da gestão dos resíduos por parte dos órgãos competentes, o *agro acerrano-nolano* se tornou mundialmente conhecido como “*Terra dei Fuochi*” (“Terra dos Fogos”). A crise dos resíduos indica a situação de emergência relativa ao tratamento ordinário dos resíduos sólidos urbanos e industriais ocorrida na Campânia, entre 1994 e 2011. Saturação dos aterros, falhas nas licitações, inadimplências, combinação entre erros técnico-administrativos e interesses políticos, econômicos, industriais e mafiosos: a paralisia da gestão dos resíduos, especialmente nos últimos anos, degenerou em problemas de ordem pública, sanitários e ambientais sérios (RUTA, 2011; SAVIANO, 2006; GROSSO, MARINELLA, 2008; IACUELLI, 2008). Toneladas de lixo, amontoadas ao lado das estradas, dos espaços públicos e dos campos, frequentemente incendiadas (daí o nome Terra dos Fogos), durante meses, além de oferecer um espetáculo desconfortador, liberaram substâncias tóxicas no ar e contaminaram os solos. O mercado das produções agrícolas da região Campânia foi fortemente prejudicado e, ainda hoje, sofre as consequências da crise.

Tudo o que foi mencionado serve para sugerir de que forma, hoje, o *agro acerrano-nolano*, analogamente ou talvez mais do que muitas outras áreas desfavorecidas do Sul da Itália e da Campânia, é diuturnamente – e de uma maneira que parece insanável – aflito pelo legado social, econômico e cultural de carências de longa data. As consequências dos que poderiam ser chamados de atrasos foram se somando e gangrenando. Esses, ao mesmo tempo, tomam as formas e se alimentam de uma pobreza polissêmica (desemprego, círculos viciosos de marginalidade, enraizamento no tecido social de microcriminalidade e criminalidade organizada etc.). Esse quadro, por sua vez, torna árdua a tarefa de gestão e governabilidade, e torna tendencialmente negativo o desempenho dos órgãos e das administrações públicas locais. As quais, muitas vezes, em vez de opor comportamentos virtuosos, acabam se demonstrando influenciadas e infiltradas por maus costumes. Um resultado frequente é a ineficiência do aparato governativo e do Estado. Ineficiência que, por sua vez, estimula a praxe da desconfiança *a priori* para com as instituições e a opção por caminhos alternativos (informais, personalistas, ilegais etc.). Preso entre os polos alto (instituições) e baixo (mentalidade, cultura) desse andamento “degradante” circular e retroativo, o conjunto social local carrega o agregado de consequências e estigmas oriundos desse estado de marginalidade, entre os quais predominam a falta da cultura da legalidade, a cultura do “jeitinho” e da displicência.

A consciência de tudo isso – fatos objetivos, percepção externa e autopercepção – engendra nesse povo e nas palavras de nossos entrevistados um senso misto, entre orgulho profundo, vontade de resgate e impotência ressentida. Algo que conseguimos resumir apenas com a expressão “indignação desistente”.

Além disso, Enzo, durante todo o tempo de nossa visita de campo, insiste afirmando a inexistência, entre produtores, entre integrantes das Fortalezas, de uma rede e de ações conjuntas, de grupo. O que predomina, reclama Enzo, é a competição antagônica.

O antagonismo entre produtores/agricultores locais é percebido como elevado e a sensibilidade em relação às desigualdades de desempenho e condições é alta, cria hostilidade. Por um lado, consciência e vontade de que as coisas sejam diferentes são fortes. Por outro lado, é acusada com força análoga a ausência de ações contrastantes, de uma rede efetiva e de sinergia entre produtores. Pelo menos uma parte deles percebe e lamenta a falta de solidariedade entre produtores, mesmo dos que participam do mesmo projeto.

O andamento da participação nas Fortalezas reflete essas criticidades: ao longo do tempo, o número de produtores ficou estável e, em alguns casos, diminuiu; depois de vários anos, a situação da organização interna da base não parece ter progredido.

Os próprios entrevistados apontam para a mentalidade típica do sul da Itália e para a falta de espírito cooperativo como causas dessas dificuldades. O caso exemplar mencionado é representado pela iniciativa da exportação da *papacella* para a Suíça. As vendas nunca chegaram a ser realizadas por causas de brigas internas entre o grupo de produtores.

Outra vertente importante diz respeito ao caráter extremamente personalista do envolvimento e dos favores vindos de figuras públicas locais dotadas de algum poder político e financeiro. O prefeito, por exemplo: nas frases dos entrevistados, sobressai a fórmula “ele financiou o”. Nunca se diz “o prefeito” ou “a prefeitura” financiou um determinado projeto. A ênfase está totalmente na pessoa. De fato, “ele”, aquele prefeito específico ao qual os entrevistado se referem, financiou não por ser o representante da administração pública local ou de um ente gestor dos bens comuns, mas sim devido à sua sensibilidade pessoal e ao pertencimento ao movimento Slow Food.

Muitos trechos das entrevistas revelam que, no âmbito dos projetos e em termos de cultura local, o que predomina são: (i) as redes familiares – a origem da única forma de cooperação existente tem como base a família e a ajuda mútua entre cadeias de pessoas ligadas por vínculos de parentesco (de sangue) e não, por exemplo, de vizinhança (“meu avô

ajudava o irmão dele e ele ajudava meu pai”); (ii) as relações de base pessoal e personalistas. Muitas vezes, estes dois repositórios se revelam mais eficientes do que os canais oficiais, institucionais e legais.

Além disso, a partir das experiências positivas realizadas por Enzo com a venda para os GAS e a participação no Mercado da Terra de Milão (“uma experiência belíssima”), ambas realizadas em colaboração com Maria Luisa, observamos que, no contexto considerado, as que parecem dar resultados melhores são as redes individuais. Isto é, as que cada um, como produtor e ator social, vai construindo em volta de si e para si mesmo. Disso pode resultar a fragmentação, a preferência por investimentos visando apenas projetos e ganhos individuais e certo grau de “monadismo”. Ou seja, a existência de muitos pequenos mundos de relações proveitosas, que não dialogam entre eles e se beneficiam isoladamente.

Outro enfoque importante é representado pelo objeto das denúncias expressas por Enzo em relação a carências estruturais do sistema: os sindicatos de categoria funcionam muito mal, há décadas; não oferecem a assistência necessária e são desprovidos de pessoas competentes e aptas a orientar os agricultores – afirma Enzo. De uma maneira geral, ele lamenta, o problema maior dos pequenos produtores é a falta de assistência técnica competente.

Em realidade, se olharmos bem, o problema maior não é a falta de órgãos e figuras competentes, mas, primeiramente, a falta de informações sobre tais serviços e sua acessibilidade.

A solidão do agricultor descrita por Enzo e por Bruno corresponde, com efeito, à solidão do cidadão.

Apesar de as entidades territoriais públicas expressarem certa vontade de resgate e indignação, testemunhadas por iniciativas e eventos de promoção espalhados, a interação entre estas e a população e a coordenação entre entidades são ralas. É o ciclo de desconfiança que se retroalimenta e que mantém o estado de ineficiência – de gestão, comunicação, acessibilidade, transparência dos serviços etc. – que já tivemos oportunidade de mencionar.

Nesse e em contextos similares, perante os problemas e o desprovidimento que cotidianamente ameaçam a solubilidade de questões grandes e pequenas na vida do cidadão, a atitude mais praticada parece ser a da espera e da dependência da assistência. Carências técnicas, institucionais, estruturais e dos serviços com certeza existem. Elas se juntam e se nutrem reciprocamente com posturas de origem cultural, que propiciam passividade,

acomodação e aproveitamento de brechas do sistema, determinando um estado de descapacitação ou incapacitação prolongadas. Por ele se perde a capacidade e o sentimento de aptidão para gerir os bens comuns e a coisa pública em prol do bem coletivo.

Geralmente, traços de indigência “estrutural” análogos caracterizam a condição sociocultural dos povos que viveram situações de dominação colonial duradoura e efeitos nefastos da descolonização repentina. A história moderna e contemporânea da região e do Sul da Itália, em muitos sentidos, se aproxima disso¹⁰⁴. O pertencimento ao reino espanhol, a consolidação da economia, da nobreza e da sociedade latifundiária, a riqueza da capital de um

¹⁰⁴ Após os séculos das dominações longobarda, bizantina, pontifícia e das dinastias normandas (séculos V-XIII), sob os Aragoneses, o Reino de Nápoles se tornou um dos principais centros renascentistas. Com Alfonso V de Aragon, Nápoles alcançou o status de verdadeira, grande capital do Mediterrâneo. Na época de Carlo V, o Reino de Nápoles passou a ser um vice-reino de Espanha. A política dos soberanos espanhóis, baseadas na pressão fiscal gravosa, devido às inúmeras guerras que, na época, envolviam a Espanha, deu vida ao mal estar social e algumas revoltas. Após a Guerra de Sucessão polaca, em 1738, e o parêntese austríaco, a Campânia passou a ser parte do reino dos Bourbons de Nápoles. Carlo de Bourbon ficou famoso pelas reformas realizadas no campo econômico e legislativo. Nápoles, capital do reino, ganhou centralidade política e econômica, foi enriquecida do ponto de vista arquitetônico, artístico e cultural e se colocou, junto com Londres, Viena e Paris, entre as principais capitais europeias da época. Após o período de efervescência iluminista reverberando os acontecimentos da França revolucionária, uma vez concluída a breve experiência da República Partenopeia, em 1799, Napoleão Bonaparte nomeou o cunhado, Joaquim Murat, rei de Nápoles. Murat aboliu definitivamente o sistema feudal na região. Passada a onda napoleônica, o Congresso de Viena devolveu o Reino de Nápoles aos Bourbons, que o unificaram com o Reino de Sicília, criando o Reino das duas Sicílias (com Nápoles como capital). Durante esse último reino e graças às inovações borbônicas, a Campânia e, especialmente, Nápoles, obtiveram a primazia histórica em muitos setores: surgiram o maior polo industrial metalmeccânico da Itália da época (em Pietrarsa), a maior indústria naval da Itália (em Nápoles e Castellammare di Stabia); foi feito o primeiro navio a vapor da Europa continental (o Ferdinando I); foram construídos a primeira ferrovia e a primeira estação de trem da Itália (a Nápoles-Portici, em 1839), a primeira galeria ferroviária do mundo e o primeiro teatro lírico da Europa (o San Carlo de Nápoles); foram instalados um observatório astronômico (Capodimonte) e sismológico, entre os primeiros do mundo, além de importantíssimas escolas, conservatórios e universidades.

A Campânia, afetada pelas revoltas liberais e os motins ligados ao processo de unificação da Itália, em 1861, foi conquistada e anexada ao Reino d'Itália, proclamado e governado pela casa piemontesa e pela dinastia dos Savoia (Saboia). A imposição do novo governo, forasteiro e distante da cultura, da língua e dos povos do Sul da península, junto com a implementação de novas políticas econômicas levaram a uma gestão lacunosa e crítica das terras meridionais. A Campânia e as demais regiões do Sul, cada vez mais atribuladas e prejudicadas pelas deficiências do estado central, se tornaram centros de emigração copiosa e fornecedoras de mão de obra não qualificada. As terras do Sul, de forma geral, caíram num estado de ruralidade marginal, com alto analfabetismo e carência de serviços sanitários e educativos de base, enquanto o povo ficava à mercê de potentados locais, dos senhores do latifúndio, de uma nobreza decadente e, às vezes, retrograda. Em forte contraste com o Norte do país, rapidamente industrializado e guiado, em seu desenvolvimento, por uma classe burguesa empresarial e inovadora, o *mezzogiorno* (o Sul) da Itália permaneceu substancialmente atolado no imobilismo e no atraso. Na época pós-unitária, uma das expressões principais do mal estar social difuso foi o célebre *brigantaggio*, uma forma de banditismo, caracterizado por ações de guerrilha com o escopo de sequestros, roubos e extorsões, mas, muitas vezes, liderado e motivado por um verdadeiro insurrecionalismo de caráter político e social (CROCE, 1925; GALASSO, 2010; CAMPOLIETI, 2001, 2004, 2006; D'AMBRA, 2010; DE MARTINO, 2007; MASSAFRA, 1988; SAPGNOLETTI, 2008). Os acontecimentos históricos das décadas sucessivas não melhoraram, mais sim viram o agravamento de emergências que, ainda hoje, atormentam a Campânia e o Sul (emigração, desemprego, marginalidade social, consolidação das máfias e da ilegalidade, escassa qualidade e acessibilidade dos serviços públicos, degradação e problemas ambientais, desconfiança nas instituições etc.).

reino, o empobrecimento do povo miúdo, a modernização e, ao mesmo tempo, a marginalização e o atraso do legado borbônico, a distância do estado nacional “estrangeiro” e “invasor”, a “condenação” à emigração e, mais recentemente, o enraizamento da criminalidade mafiosa e de sistemas de ilegalidade: a partir da “*questione meridionale*” levantada por Gramsci, existe uma ampla e prestigiosa tradição de estudos que interpretam o atraso e as emergências do Sul italiano contemporâneo apontando para suas vicissitudes históricas, mais ou menos remotas (entre os mais interessantes, DE MARTINO e PASQUINELLI, 1977; BANFIELD 1958; PUTNAM, 1993; PERROTTA e SUNNA, 2012; ZAMAGNI, 1978; VIESTI, 2003; SALVADORI, 1976; SARACENO, 1992; GALASSO, 1977).

“Aqui não se semeia para colher” declara Bruno. E explica: “Aqui só queremos colher. Veja bem, outra coisa que essa profissão ensina é que eu, para obter os frutos de meu próprio trabalho, tenho que esperar que a planta cresça, e depois posso colher. Tem que esperar. Hoje ninguém espera”. O discurso de Bruno, após esta espécie de máxima, continua: “Nós, aqui no Sul, vivemos numa situação em que o desemprego está no limite, é exagerado. Não tem perspectivas, não tem ideais, não existe respeito para as pessoas idosas e para a agregação familiar. Todos valores que estamos perdendo. Devido ao quê? Eu não sei dizer. Só sei que, a cada dia que passa, a coisa está pior”. A interpretação da sequência lógica, do link que faz passar do primeiro conceito para o segundo é, sem dúvida, rica e muito eloquente. Não se semeia e não se colhe porque faltam a educação e o conhecimento dos processos e da quantidade de trabalho e tempo necessários para chegar aos resultados. E estes faltam, parece afirmar Bruno, por causa da situação geral de abandono na qual vive o Sul.

Nesse sentido, outro fato interessante é que Bruno utiliza mais de uma vez os termos “colonizar” e “colonizados”, em relação aos agricultores e à sua região, mesmo para eventos muito recentes. Ele não pretende explicar os problemas atuais à luz de eventos históricos e de antigas formas de colonização. Mas sim, o efeito é a evocação do imaginário semântico da terra e do povo explorados por alguém que vem de fora, despojados, de alguma forma iludidos e, depois, deixados. Como se essa fosse a sina que as terras dos Sul, ainda hoje, têm que carregar.

Nas palavras de Bruno, além de todos os aspectos que já foram mencionados, cabe destacar a atribuição de responsabilidade a uma vontade política superior, ausente ou interessada em boicotar real e midiaticamente o Sul e de mantê-lo em condições de atraso e marginalidade, de forma funcional ao bem estar alheio. Interessantíssima, a esse propósito, é uma das chaves do problema, que resolveria todos os males e que testemunha uma maneira

totalmente unívoca e muito significativa de entender e declinar a via política: não a cultura da legalidade, do civismo e da participação, mas sim “homens certos no lugar certo”.

O depoimento que encerra uma das entrevistas com Enzo é muito emblemático:

Aqui temos produtos bons, que sobreviveram justamente porque foram selecionados, de geração em geração [...] Eu tenho projetos para o futuro de minha empresa e sou um idealista em relação à condição dos pequenos agricultores. Eu gostaria de dar vida a uma experiência de sucesso, pequena, mas bem sucedida, um exemplo, que possa ser aplicado por outros agricultores familiares e pelos jovens daqui. Eu não quero me expandir. Não quero ter mais terra para cultivar ou produzir mais. Aqui, outra grande dificuldade é encontrar os financiamentos. A Fortaleza foi um evento maravilhoso. Com ela eu pude construir minha própria ideia de agricultura e alimentá-la. [...] Eu coloquei minha família para morar num apartamento, na cidade, para que não sintam demais a marginalidade de meu trabalho, para não trazer demais meus filhos dentro do trabalho no campo. Eu quero iniciar algo para eles, quero deixar algo já realizado, para que não tenham que começar tudo de novo, do zero, da terra. [...] Eu faço o que faço porque eu acreditei nos recursos locais. Eu acreditei no tomate San Marzano e no consórcio de tutela. Eu acreditei que aqui tinha o melhor damasco do mundo. Porque eu já sentia como meus os produtos que se tornaram Fortalezas. O que queremos fazer aqui? Queremos continuar indo para Milão para procurar um emprego?

As palavras de Enzo contêm o orgulho e a vontade de revanche que, como amiúde acontece nessa terra, se misturam com a consciência de dispor de recursos preciosos. Diferentemente do que acontece em outros contextos, caracterizados por carências do tecido social e civil parecidas, onde falta a percepção da presença de possíveis recursos a serem aproveitados, nesse caso, estes são sim identificados. Existe consciência plena da riqueza, do potencial, do desperdício e das falhas. O obstáculo parece ser insito do sistema social e político, desse ente superior e envolvente. É como se isso induzisse um sentimento de impotência basilar, prévio. O qual determina a opção por três caminhos possíveis: o eterno pedido de assistência para um alguém mais poderoso, a desistência, a procura de atalhos mais simples e imediatos. Isso é condensado no conúbio, típico desse povo, entre um espírito alegre, por necessidade, e acentos de amargura perante sua própria história.

5 DO AMBIENTE INOVADOR À CULTURA CÍVICA

Ao longo da apresentação dos estudos de caso, ficou claro que onde os ciclos de tradução são mais completos e envolventes e as redes mais horizontalizadas e ricas de nós, os repositórios de capitais territoriais são mobilizados, aproveitados e incrementados de forma melhor.

Graças a quais fatores específicos isso ocorre? E como esses fatores são declinados, nas experiências consideradas?

O presente capítulo visa indagar a capacidade e a propensão para atuar dessa forma, propondo a organização por núcleos semânticos de alguns dos elementos mais recorrentes nos estudos de caso. Sucessivamente, num aprofundamento rumo a elementos cada vez mais basilares e constitutivos, a argumentação avança através de hipóteses interpretativas sobre as raízes e os fatores de substrato da cultura do desenvolvimento, da cooperação e do civismo.

5.1 O AMBIENTE INOVADOR

Tanto os estudos sobre o “*milieu innovateur*”, como os pertencentes à corrente cognitivista (CALAFATI, 2002; CAMAGNI e CAPELLO, 2002) evidenciam a capacidade de os sistemas locais promoverem o desenvolvimento e a competitividade internos por meio de ações de *networking* (físico e dos saberes), através de relações de produção e de mercado e, ainda, de relações externas ao mercado. O pensamento cognitivista identifica, no sistema local inovador, uma “inteligência coletiva”, determinada pelo conjunto das relações de cada ator. Esta seria responsável por produzir aprendizagem e inovação, melhorando as performances de cada indivíduo e do sistema (RIZZI, 2003). Não se trata apenas de uma extensão das noções usuais de vantagem e de externalidade territorial tendo efeitos sobre o desenvolvimento local, já que a simples proximidade espacial entre empresas, instituições e infraestruturas não explica sempre o grau de desenvolvimento de determinados contextos territoriais. Subentram, aqui, os conceitos de capital relacional e de capital social, como conjunto de relações, dentro dos sistemas produtivo-econômicos e sociais, de cooperação entre atores geograficamente e culturalmente próximos, de redes imateriais e infraestruturais funcionais.

Nesse sentido, o capital social territorial é considerado como a resultante da interação entre habilidade inovadora, *networking* e atitudes culturais locais. Sua mensuração é possível pela mensuração dos bens e dos canais relacionais geograficamente localizados (RIZZI, 2003).

O *networking* de um sistema local é constituído por todos aqueles aspectos que dependem de relações produtivas e de mercado, da estrutura da governança em nível local e supralocal, da estrutura e da atitude das empresas e dos atores econômicos, dos contatos entre organizações de cidadãos, entre órgãos públicos e não governamentais e de entidades de vária natureza (de pesquisa, para prestação de serviços de saúde, culturais, turístico-recreativos etc.). Como vimos, as relações entre nós de uma rede podem ser de tipo formal ou informal (de base pessoal), coletivas ou individuais. Cabe destacar que o aspecto da *governance* entra e é importante na definição das redes devido a sua função instituidora, normativa, incentivadora – ou, pelo contrário, repressora – de relações e canais.

No que diz respeito à atitude inovadora, entre as variáveis que favorecem o desenvolvimento local, está a capacidade de absorver, transferir e adotar os melhores modelos e as melhores tecnologias (*technological capability*; RIZZI, 2003). Isso do ponto de vista econômico e segundo os especialistas do setor. Em nossa visão e desde uma perspectiva antropológica, a propensão à inovação, tanto no indivíduo, como no sistema, implica a capacidade de absorver, transferir e adotar também ideias, saberes e competências; necessita, sobretudo, da disposição à abertura para com o inusitado, da flexibilidade frente à mudança, da aceitação dos fatores de risco e incerteza. Portanto, a propensão à inovação inclui, ainda, a disposição ao sacrifício, ao investimento e à espera de retornos não imediatos.

Todavia, é interessante ampliar e declinar em chave socioantropológica a contribuição vinda da literatura econômica sobre ambientes inovadores, isto é, dar conteúdo a conceitos como capacidade de “absorção” de um sistema local (conceito já incluído nas *social capabilities*, na forma de *social absorption capability*), *knowledge spillover* e *learning region* (ABRAMOVITZ, 1995; STIGLITZ, 1995; FLORIDA, 1995; DOLOREUX, 2002).

Networking, *learning region*, *social capability* e outras noções afins não são nada mais do que expressões sintéticas de dinâmicas, fatores e distorções que vimos atuando concretamente em cada caso de estudo, e que agrupamos em uma série de 10 inputs analíticos principais:

1. Proposta

A primeira consideração a ser feita diz respeito à origem da ideia, ou da proposta, de um projeto de desenvolvimento e de um percurso de valorização do produto local. Nos estudos de caso identificamos proponentes heterogêneos (o MDA, o Parque Nacional, os funcionários do ecomuseu, os líderes do grupo local do Slow Food, os sócios de uma cooperativa agrícola ou do movimento, etc.). Como vimos, além da natureza do ator que introduz a ideia, cabe interrogar sobre sua posição e sobre os efeitos vindos de sua posição. A ideia vem de um ator externo ao grupo local ou do interno? Vem de cima ou vem da base? O caso da Fortaleza toscana é o exemplo de como uma ideia que vem de dentro e da base é conduzida com continuidade, dando vida a êxitos crescentes e benefícios difusos. Porém, como observamos, por exemplo, no caso da Fortaleza do Umbu, do Pan di Sorc e do Baru, o fato de a ideia e da proposta virem de fora ou de cima não significa que o projeto esteja fadado ao insucesso. Tanto no caso da ex-Fortaleza do Aratu como no caso do Umbu e do Baru, a proposta veio de agentes externos e, de certa forma, colocados em posição de superioridade com respeito aos atores locais. É claro que a diferença no resultado final, em última instância, depende também de outros fatores.

2. Sistemas fechados, sistemas abertos

Etelca, da Fortaleza do Pan di Sorc (Friul-Veneza Júlia), cita a idade como umas das causas de resistência entre os habitantes locais que ela tenta envolver nas atividades do ecomuseu e nas Fortalezas. Sempre Etelca menciona as dificuldades de introduzir sistemas novos – de plantio, de comercialização, de trabalho – em relação às modalidades tradicionais e ao hábito local. Kátia, promotora da Fortaleza do Baru (Goiás), também relata as dificuldades que se tem em tentar introduzir mudanças na força da tradição local, machista e conservadora em relação à realização das atividades produtivas (tarefa masculina), às formas e aos setores habituais (plantio de milho, criação de vaca, etc.). Luis Gonzaga, da Serra Catarinense, evoca a tendência inercial dos povos de montanha e dos agricultores em geral: o que o pai fazia, o filho faz igual, porque também o avô fazia. Todos esses são elementos de caráter histórico e cultural, são sedimentos resistentes que se opõem à inovação e a captação de ideias “outras”. Ao ler atentamente o histórico de cada projeto, encontramos dois elementos principais capazes de vencer essa resistência. O primeiro é a presença de alguém, dentro da comunidade local, que teve a oportunidade de sair – da região, do grupo, do sistema local –, de dar uma olhada fora. Quem emigrou, trabalhou ou estudou fora, quem conheceu a grande cidade, traz consigo, para dentro, um fator de abertura, um pouco de propensão a levar o novo em

consideração. Por isso, a montanha, geralmente muito menos exposta do que a planície aos fluxos comerciais, humanos e de ideias, favorece atitudes de fechamento e imobilismo.

Jussemar (Fortaleza do Umbu), que saiu para trabalhar em São Paulo; Daniela (Baru), que mora na roça e estuda na faculdade; todos os que foram ao Terra Madre, na Itália; Enzo (Nápoles) e Federico (Toscana), agricultores que passaram pelo ensino universitário: todos eles são “pontes” para a tramitação de visões e praxes inovadoras.

O segundo fator é o da proximidade. Entrar em contato, conhecer de perto, contar com a presença ao vivo, constante e diária: pessoas, ideias, saberes, modelos produtivos e arranjos sociais têm mais possibilidades de se contaminar reciprocamente e, portanto, de abrir-se para a mudança, quando em condição de proximidade espacial e de contato *vis à vis*. A aprendizagem é mais efetiva e rápida em condições de proximidade física. Eis a diferença substancial entre a eficácia da ação de um agente de desenvolvimento como foram as freiras missionárias em Uauá, por exemplo, e um representante do Slow Food estando em Brasília ou na sede central de Bra.

3. Líderes, carismáticos e poderosos

A história de todos os projetos narrados é protagonizada, de forma mais ou menos intensa, por figuras de destaque. Líder e atores carismáticos, que orientam, guiam, envolvem e estimulam os outros, parecem ser uma constante. Ora, o valor da atuação desses elementos, dependendo do contexto, é ambivalente. Primeiro, cabe destacar que, em situações de carência material e imaterial, muitas vezes o papel de líder é encarnado por alguém que vem de fora e que, pelo menos no princípio, é estranho ao sistema (o agente de desenvolvimento, o representante da ONG, o missionário, o padre, a médica, o funcionário do órgão público de assistência técnica etc.). Quando a liderança tramita, com o tempo e a experiência, de forma socialmente aceita (não conflituosa), deste para atores locais, que assumem o papel de líder e motivador, o efeito é geralmente positivo. Melhor ainda é a situação, muito frequente, em que o líder é alguém já interno ao grupo, alguém que esteve fora e voltou, com experiência do mundo e a mente mais aberta. Por isso, quando a reintegração é total, ele recebe admiração e a confiança dos demais.

Em segundo lugar, é necessário se perguntar se o líder é um guia (par entre pares), se é um ator externo ao sistema e pertencente a uma instituição de ordem superior (Ministério, Parque Nacional etc.) e se é um “comandante”, mais do que um facilitador. Isto é, se ele é fulcro de uma gestão centralizada e se age de forma autoritária, ou dominante. Às vezes, as funções de liderança ou comando não pertencem a um indivíduo, mas são adquiridas por um

grupo dominante. Isso, no caso da ex-Fortaleza do Pecorino de Farindola, levou a uma gestão interessada, à divisão interna e a conflitos.

Como tentamos sugerir ao longo do capítulo anterior, a consolidação de um ou de outro modelo, claramente, depende de fatores contextuais, conjunturais, históricos e socioculturais.

Apesar de ser considerada necessária, a presença de um líder, mesmo que se trate de lideranças locais, é positiva quando este envolve e estimula, age como articulador e catalisador para o bem do sistema coletivo; é negativa, quando o líder se torna autoridade na decisão e na gestão e, ainda, quando o trabalho dele representa o encosto para a inação dos outros, os quais acabam sendo arrastados ou contam com uma única pessoa que resolve tudo para todos.

Ademais, outra situação peculiar encontrada durante o trabalho de campo merece ser considerada. Especialmente no caso da ex-Fortaleza do Aratu emerge com clareza a relação entre os habitantes locais e o prefeito da época. Pelos relatos registrados, a relação mostra todos os caracteres da dependência vertical, firmada em interações entre postulantes e um fornecedor de bem-estar e favores, que se torna pai e benfeitor. Personalismo, paternalismo, clientelismo e espera de assistência são os marcos que tendem a conotar toda cena em que o “poderoso” local da vez ocupa seu lugar. O lugar é dele, lhe pertence, no sentido que, em situações como essa, existe uma perpetuação do papel: ao mudar o homem, a função permanece. Como veremos, o contexto histórico e sociocultural lhe garante certa continuidade.

4. Trabalho voluntário

Analogamente ao que foi considerado no ponto precedente, também o valor do trabalho voluntário pode ser ambivalente. Por um lado, sua presença entre os atores locais é um indicador da presença de um grau elevado de capital social.

Ele é epifenômeno da dedicação não remunerada em prol de serviços para a coletividade, da identificação pessoal com a entidade coletiva, da convicção de ser parte integrante de um corpo social, do senso de responsabilidade e do altruísmo.

Seu fundamento é o espírito da dádiva, do dom (ZAMAGNI, 2007a, 2007b). Mas não do dom como tradicionalmente interpretado por Mauss (o valor doado que obriga o receptor a uma restituição equivalente). Este é oriundo de um espírito de reciprocidade peculiar, fundado na procura da troca heterogênea: o que o doador ganha é sua própria realização interior, a

satisfação de seus valores e do desejo de contribuir para o bem-estar material alheio. Não existe ganho material de volta.

Entretanto, existem várias razões por trás da prática do trabalho voluntário, algumas delas mais pró-sociais, outras mais egoísticas. É preciso lembrar que existe distinção entre a motivação de cada sujeito e que mais motivações convivem dentro da mesma pessoa.

Na literatura psicológica, a escola funcionalista identifica seis classes de motivações para o trabalho voluntário:

- valores pessoais (*values*): presença de interesse humanitário para com os outros;
- compreensão (*understanding*): por em prática habilidades e conhecimentos que, diversamente, não seriam expressados;
- valores sociais (*social*): construir relações significativas com os outros;
- carreira (*career*): obter vantagem para própria carreira profissional;
- proteção (*protection*): proteger o “eu” do sentido de culpa por ser mais afortunado do que os outros ou para focar a atenção sobre algo diferente dos problemas pessoais;
- melhoramento (*enhancement*): utilizar recursos subjetivos para incrementar autoconfiança e autoestima (Omoto, Snyder, 1995; Clary et al., 1998).

Daniel Batson (1998) distingue entre interesse empático, como sendo uma motivação puramente altruística, e incômodo pessoal: a ajuda ao próximo serve para aliviar o estado de mal-estar pessoal perante o sofrimento alheio.

Aspectos egoísticos e altruísticos, em realidade, se combinam.

Contudo, tanto no caso de motivações claramente egoísticas, assim como em presença de normas e valores de sociabilidade positiva, além da satisfação do doador – a qual, de fato, constitui um interesse pessoal e uma vantagem em ser altruísta – o espírito do dom gratuito do voluntarismo implica outro aspecto fundamental.

Como afirma Zamagni, a virtude civil por excelência é o espírito do dom (2007a). A virtude, contrariamente ao que acontece com um recurso escasso, se dissipa com a falta de uso (2007a).

Habitualmente, a gratuidade é tida como princípio de ação próprio da esfera privada; não é atribuída à esfera pública e, muito menos, à econômica. O dom, geralmente, é um ato privado, realizado dentro de circuitos de relações curtas, em prol de parentes, amigos e membros do próprio grupo. Fora disso, estamos acostumados a pensar que qualquer concessão e toda dádiva são, no fundo, motivadas pela expectativa de retorno de valores equivalentes, mesmo em outra espécie, em nosso favor.

Por isso, o voluntariado autêntico, exercitado fora da esfera privada, é socialmente “revolucionário”: ele afirma o primado da relação sobre a sua exoneração, da ligação intersubjetiva sobre o bem doado, da identidade pessoal sobre a utilidade (ZAMAGNI, 2007a). Isto é, a gratuidade do trabalho voluntário afirma o primado da comunidade (*cum-munus*, em latim: doar juntos) sobre a imunidade (*in-munus*: não doar; ZAMAGNI, 2007a; ESPOSITO, 1998).

Em princípio, apenas o gesto que emana de normas interiorizadas e não da vontade de conseguir algum objetivo específico – nem que seja a mera autogratificação – pode ser realmente gratuito.

Ao mesmo tempo, a gratuidade não implica o desinteresse total (CAILLÈ, 1998).

Existe um interesse superior por trás da ação gratuita: construir a comunidade e a fraternidade. Em nossa sociedade, o dom é, primeiramente, dom para com a fraternidade (ZAMAGNI, 2007a).

A peculiaridade de uma organização de voluntários é a construção de conexões específicas entre pessoas (entre voluntários e beneficiados e entre voluntário e voluntário). Diferentemente da organização filantrópica, que faz pelo outros, a organização de voluntariado faz com os outros. Essa é a diferença basilar entre a ação autenticamente voluntária e a beneficência privada, típica da filantropia. No segundo caso, o mérito deriva da quantia doada e o vínculo entre pessoas é constituído pelo “objeto” doado. Em outras palavras, enquanto a filantropia tende a produzir dependência no beneficiário, o voluntariado autêntico gera reciprocidade. O receptor da ação voluntária, em vez de sentir devedor ou sentir vergonha por suas carências, é chamado a responder à dinâmica na qual é incluído.

No caso do dom gratuito, ou seja, do dom como reciprocidade, o doador dá para que o receptor possa, por sua vez, dar (e não necessariamente restituir para o doador).

A diferença entre dom gratuito e troca de equivalentes está justamente na ausência de garantia para quem inicia o ato de doação. Tal ausência, pressupondo uma abertura de crédito para com o outro, é capaz de gerar ligações de confiança entre as pessoas. A essência do

voluntariado, com efeito, está na atitude para doar gratuitamente que é transmitida de uma pessoa para outra. É a gratuidade que produz reciprocidade.

Assim sendo, o dom é completamente compatível com o interesse do doador, se isso é interpretado como interesse em estar em relação com o outro (BECCHETTI, 2005, 2012; ZAMAGNI, 2007a, 2007b, 2008; ZAMAGNI e BRUNI, 2004, 2009; ZAMAGNI e SACCO, 2006). O dom gratuito não se esgota em si mesmo, mas sim representa o começo de uma relação, de uma cadeia de atos recíprocos.

A gratuidade e o dom gratuito, afirma Luis Hyde (HYDE, 1983; ZAMAGNI, 2007a), desde sempre fazem parte das sociedades ocidentais contemporâneas.

O interesse *pele* outro – e não *no* outro – cria o desejo do vínculo, um ingrediente basilar da comunidade humana. Ao falhar esse fator, isto é, ao falhar a motivação útil a ligar o destino particular com o coletivo, a trama esgarça e a coesão do tecido social declina.

Por isso, a presença do voluntário e do sujeito altamente motivado produz efeitos altamente positivos, devido ao exemplo que ele encarna aos olhos dos outros e ao contágio de cadeias virtuosas que ele inicia.

Por outro lado, cabe destacar que essa presença traz também o risco de efeitos colaterais, gerando a isenção e desresponsabilização de alguns, que se tornam dependentes do trabalho e do espírito de iniciativa alheios (como acontece com os funcionários do Ecomuseu de Gemona, por exemplo).

5. *Saber reconhecer o recurso, saber patrimonializar*

Dispor de um recurso, qualquer que seja sua natureza, significa, antes de tudo, reconhecer a existência de meios potenciais. Ter a disposição e aproveitar um recurso são duas coisas substancialmente diferentes. Em volta de nós existem objetos, um material inerte. A capacidade de enxergar tais objetos como recursos não é inata, nem se trata de uma ação automática. Ao longo dos relatos, vimos como alguém intervém quase para “abrir os olhos”. Alguém percebe. E propõe aos outros. Ver, reconhecer, valorizar e patrimonializar são passos distintos. É o esqueleto do que chamamos de ciclo de tradução. Para isso acontecer de forma completa e profícua, é preciso ter visão e habilidades, articulação, estruturas e *actants* favoráveis (normas, políticas públicas, órgãos de apoio, infraestruturas etc.). Há grupos que sabem transformar os elementos circunstantes em recursos de maneira sistêmica e ampla, logrando valorizar, de forma intrínseca ou instrumental, a biodiversidade, a paisagem, e a natureza locais, os bens culturais, as tradições e todo possível atrativo turístico. Quem realmente entende o significado de “valorização do território”, adquire competências em

sentido global acerca dos mecanismos e das ferramentas necessários. A valorização não investe apenas um produto, mas o sistema local reconhece, se mobiliza e aspira a promover o conjunto dos recursos detectados em volta, como é no caso do Umbu, do Ecomuseu e do Fagiolo Rosso toscano. Por isso, como alguns dos entrevistados afirmam, muitas vezes as entidades territoriais participam ativamente nos projetos: a valorização logra ser sistêmica, porque o produto Fortaleza se torna a mascote de um território inteiro, rico em recursos e virtuoso.

6. Receber e procurar

Existe uma diferença substancial entre Fortalezas e, na maioria dos casos, entre Fortalezas italianas e Fortalezas Brasileiras. Ela diz respeito à disponibilidade de (i) recursos financeiros e (ii) de condições de mercado favoráveis à comercialização dos produtos. Em primeiro lugar, receber de alguém o financiamento – como ocorre no caso da instituição das Fortalezas dos países em desenvolvimento, que é paga pelo Slow Food – ou ter que pagar para poder instituir a Fortaleza, como acontece na Itália, faz muita diferença. As consequências dizem respeito à mudança de atitude dos participantes com relação ao projeto. Por um lado, o financiamento “chove” de cima, é oferecido e é imediatamente disponível, sem nem ter precisado pedir. No caso oposto, é necessário se ativar em primeira pessoa para encontrar parceiros, patrocínios, formas de financiamento e autofinanciamento. Os efeitos, em termos de operosidade e responsabilização, naturalmente, divergem.

No que diz respeito à condição de mercado, como antecipamos na seção sobre os *actants* e macro-atores mais influentes e diferentes nos dois contextos nacionais, os produtores das Fortalezas italianas contam com um sistema muito mais propício (tradição da cultura enogastronômica, da procura pela procedência e a qualidade garantidas e dos produtos típicos, presença de público, renda, disposição a pagar e canais de mercado favoráveis etc.). Isso faz com que a luta e a engenhosidade dos produtores e dos promotores dos projetos brasileiros sejam maiores. E as condições objetivas de venda mais difíceis. Não levar em consideração de forma condizente aos contextos locais o fator da saída para o mercado e da sustentabilidade econômica pode significar a inviabilização do projeto. Chegar a vender sua linha de transformados dos frutos do sertão nos supermercados Pão de Açúcar do Brasil inteiro e para a Europa, para a Coopercuc, é um resultado enorme. Assim como é admirável o que a empresa familiar Promessa de Futuro, da Fortaleza do Barú, conseguiu em termos de comercialização através do site e para restaurantes.

7. O dispositivo público

Durante a pesquisa de campo, nos deparamos com atitudes distintas para com o conjunto de elementos que poderíamos chamar de “ator público” e que inclui políticas e programas públicos, órgãos de governo, de extensão e de assistência. A tal propósito, os atores sociais percebem, vivenciam e se expressam segundo dois modelos de signo oposto. Por um lado, temos um quadro em que as políticas e os programas públicos, assim como o governo, são decisivos e são considerados como tais: eles representam o início de uma era nova, abriam para possibilidades concretas, significaram disponibilidade de financiamentos e crédito, criação de canais. Isto é, o papel é totalmente positivo e sua incidência fundamental para os projetos. Pelo contrário, em contextos diferentes, outros atores veem o ator público como o coacervo de todos os males. Ele é apenas o aparelho burocrático que esmaga os pequenos agricultores. Ou, na melhor das hipóteses, é percebido como uma entidade, distante – e, por isso, culpável –, indiferente aos problemas dos agricultores, corrompida por ineficiências e incompetências de diversos tipos, que não providencia políticas realmente resolutivas. É claro que o primeiro modelo pertence principalmente aos casos brasileiros e se refere ao governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva, aos vários PAA, PNAE, PRONAF etc. E que a maioria, mas não todos, os produtores italianos expressam uma insatisfação do segundo tipo. A propósito disso, vale a pena mencionar duas observações. Alguns dos produtores italianos, apesar de estarem trabalhando e de terem crescido graças aos financiamentos da União Europeia e da PAC, dão um escasso ressaltado à importância que esses financiamentos tiveram para o desenvolvimento de suas empresas. Eles não percebem, ou, melhor, não expressam isso como sendo uma atuação positiva e favorável do ator público. A União Europeia parece não ser considerada parte do dispositivo público e o peso das deficiências do governo nacional parece ser tão mais gravemente sentido que ele chega a ofuscar o papel positivo das políticas e dos financiamentos da UE. A outra questão tem a ver com os sindicatos de categoria, os quais recebem o mesmo tratamento do resto do ator público: percepção altamente positiva e reconhecimento de um papel de ajuda fundamental, na maioria dos casos brasileiros; acusações de incompetência, distância, e futilidade, na maioria dos casos italianos. No que diz respeito à relação específica com figuras concretas, com pessoas em carne e osso ocupando cargos públicos de natureza variada (prefeitos, funcionários dos ministérios, do Parque Nacional, etc.), vale quanto mencionado nos dois primeiros pontos.

8. *Saber formar redes*

É preciso acrescentar poucas observações aos muitos aspectos já levantados na apresentação de cada estudo de caso acerca das tipologias de redes e sobre atitudes favoráveis ou desfavoráveis ao trabalho sinérgico entre atores. A primeira delas é que a

capacidade de *networking*, como vimos, é um ingrediente fundamental dos projetos com bom desempenho, sendo ela, ao mesmo tempo, sua causa e seu efeito. O enriquecimento de recursos e processos relacionais, a multiplicação de oportunidades, canais e competências amplificam os benefícios para o indivíduo e para a coletividade (caso as redes sejam compartilhadas). Entre os exemplos melhores, estão o caso dos grupos das Fortalezas do Umbu e do Fagiolo Rosso (este último introduziu a rede da Aliança dos Cozinheiros Slow Food, que foi vital para a criação da Fortaleza, e criou a rede do Slow Beans, entre outras). Quanto a isso, cabe lembrar que: (i) atores individuais ou pequenos núcleos deles, às vezes, criam e aproveitam de forma solitária ótimas rede pessoais, independentemente da situação e das necessidades circunstantes (caso do Baru e das Fortalezas da Campânia); (ii) um comportamento especialmente profícuo, conforme declarado por Etelca da Fortaleza do Pan di Sorc, é adquirir a habilidade de reconhecer nós e funções já presentes nas redes territoriais preexistentes, para evitar trabalhar dobrado, para a duplicação de recursos já disponíveis; (iii) do ponto de vista macro-atorial, políticas públicas e regulamentos elaborados com o intuito de criar e fortalecer o associativismo e o cooperativismo locais desenvolvem um papel positivo importante, graças a medidas que vinculam os benefícios à obrigação de constituir redes, parcerias e consorciações territoriais e extralocais.

9. Identificação

O senso de pertencimento – ao grupo, à comunidade, a um projeto –, a fé nos valores e a identificação com o objetivo significam envolvimento direto, responsabilização dos atores para com a coletividade e a missão comum. Uma entrevistada da ex-Fortaleza do Aratu, a propósito do sumiço do dinheiro do financiamento, afirmava: “Na época, tentei incentivar a comunidade, só que a minha disse: ‘Se aquieta, deixa isso para lá, você vai brigar com um monte de gente’”. Tanto que na época encontrei algumas inimizades por conta disso. Minha mãe me aconselhou: ‘Deixa isso quieto, se você não tem o apoio da comunidade, deixe quieto’. Aí deixei para lá”.

Onde não existe identificação, o vínculo é fraco, às vezes limitado ao utilitarismo e a ganhos imediatos. Isso é mais comum quando o projeto se reduz a um proponente externo e “de cima” chegando com a receita e as soluções já prontas e tentando envolver os atores locais na causa por ele promovida. Se a proposta não for acompanhada por ações colaterais e capilares de construção da agregação social, a adesão é débil e apenas conjuntural.

Nesse tipo de universo, para dirigir corretamente uma organização, é necessário tomar consciência de que a eficácia se gera por uma entrada dupla: a recompensa do esforço combinada com a cultura de pertencimento à organização.

A eficácia encontra seu motor na identidade compartilhada do grupo. Certamente, o ator espera ganhos materiais, assim como também procura uma existência social localmente integrada. A motivação de existência identitária socializada é de uma ordem diferente da ordem da racionalidade padrão do comportamento econômico. “Não se trata mais do mundo das funções de comportamento restritas à utilidade, mas do mundo das relações no que elas têm de mais profundo (ZAOUAL, 2006, p.43)”.

O papel norteador dos valores no comportamento humano, especialmente no comportamento econômico, é fundamental. Entretanto, na maioria dos casos, ele é negligenciado pelas análises dos economistas.

Como vimos, o pertencimento a grupos religiosos ou políticos locais, por exemplo, coloca o “eu” individual num mundo de relações, em contraste com o mundo das funções (os cargos transitórios de poder e administrativos, como no caso do Aratu, por exemplo). As primeiras, por não deter a força da sanção legal e oficial das segundas, parecem ser mais fracas: embora motivadas por premências de ordem interna (moral) e, ao mesmo tempo, externa (grupal), elas são diariamente reconfirmadas e sempre rescindíveis. Apesar disso, o sentimento de pertencimento determina a consolidação de um “eu” sujeito, imbricado em relações interpessoais, baseadas em valores escolhidos e, simultaneamente, compartilhados, proporcionando um terreno muito fértil para a realização de experiências cooperativas ulteriores.

10. Agentividade histórica

A menção ao “eu” sujeito e aos fatores de escolha, no ponto precedente, evocam um conceito central, ingrediente primário dos contextos sociais e do desempenho dos projetos considerados por esse estudo. Trata-se da *agency* (agentividade), na acepção peculiar de *agentividade histórica*. O conceito, embora inspirado pela reflexão de Touraine (1981, 1987, 1988; cf. cap. 1), é aqui declinado de forma específica.

A agentividade, como conceito *tout court*, conquista certa difusão, em várias áreas do saber, a partir do final da década de 1970, como reação à incapacidade das visões estruturalistas frente à necessidade de levar em conta o valor das ações dos indivíduos.

Inspirados nos ativistas que discutiam as estruturas de poder vigentes, com o objetivo de conquistar a igualdade de raça e gêneros, alguns acadêmicos procuraram formular teorias novas, capazes de reconhecer um justo papel às potencialidades da ação humana. As teóricas do feminismo, por exemplo, analisavam a carga política da esfera privada. O foco do debate,

em substância, era a modalidade pela qual as ações das pessoas exercem sua influência sobre as estruturas sociais e políticas “superiores”, sendo, ao mesmo tempo, influenciadas por elas.

Entre o final da década de 1970 e o começo da sucessiva, Anthony Giddens é o primeiro responsável pela difusão da expressão “*agency*”. Seguido por sociólogos e antropólogos do calibre de Pierre Bourdieu e Marshall Sahlins, Giddens firma sua reflexão em volta dos modos como as ações humanas estão tão dialeticamente ligadas à estrutura social, ao ponto que as duas dimensões resultam reciprocamente constitutivas.

Uma contribuição fundamental veio também da escola marxista, dentro da qual se destaca Raymond Williams. Os seres humanos, afirmavam, “fazem” a sociedade justamente enquanto a sociedade “faz” eles. Disso surgiu uma escola de pensamento não bem delimitada, porém de grande relevância. Sherry Ortner, pesquisadora que contribuiu para a afirmação do percurso de estudos, chamou-a “teoria da prática” (AHEARN, 2001).

Os representantes da teoria da prática e, mais em geral, da *agency*, desde seus campos do saber, buscavam resolver o grande enigma das ciências sociais: de que forma a reprodução social se torna transformação social. Isto é, no campo sociocultural, como é possível se ter, ao mesmo tempo, força determinante da tradição e inovação?

As respostas foram várias e articuladas, investindo o campo da sociologia, da antropologia e da linguística, entre os principais.

Ora, cabe especificar que, em todas as formulações sugeridas, ao longo do tempo, acerca da agentividade, esta nunca corresponde a uma ideia de livre arbítrio. Muito pelo contrário, são inúmeros os autores da teoria da prática afirmando que as ações dos atores sociais, mesmo as mais individuais, sempre estão subjugadas a vínculos (de tipo social, cultural, linguístico, políticos etc.) que as precedem.

Entretanto, as relações assim determinadas “deixam” um espaço para o elemento inovador.

Consideramos, por exemplos, alguns dos discursos mobilizados pelos produtores de diferentes projetos e pelos habitantes locais.

Os produtores das Fortalezas da montanha dos Abruzos disseram: “Ninguém ajuda a gente! Ninguém defende a gente. Estamos à mercê de javalis, vacas, veados...! Nós somos os mais pobrezinhos [...] Nós somos cobaias a serem exploradas”.

Um integrante da ex-Fortaleza do Aratu afirmou: “Estamos esperando que apareçam uns administradores que olhem para o povo. Porque nós vamos esperar. Porque, se hoje formos à busca, qual o conhecimento que vamos à busca? Quem tem de ir à busca é o próprio administrador público”.

Etelca, das Fortalezas de Gemona del Friuli, em relação à experiência da autogestão das comunidades durante o pós-terremoto, comenta: “Essa foi uma coisa, na minha opinião, que funcionou muito bem. Porque disso, depois, surgiu a exigência de dizer: ‘Vamos reconstruir nossa cidade como era e onde era’. Foi a comunidade que decidiu que tipo de reconstrução queria. Portanto a comunidade se percebeu como sujeito ativo. Realmente, pegou a situação em suas mãos”.

Adilson, o presidente da Coopercuc do Umbu, afirmava que morar na região onde eles moram, com estiagens tão prolongadas, não é fácil. Não é fácil conseguir segurar os jovens para que não abandonem o local. Apesar disso: “Tem aquelas pessoas que estão envolvidas nos projetos. Eles entram, começam a trabalhar, começam a gostar, começam a pegar um dinheirinho. Por exemplo, quem andava a pé, começou a andar de bicicleta”.

E Jussemar, também da Coopercuc, em relação aos motivos do êxito da experiência da cooperativa, dizia: “Essa origem partiu da comunidade nossa. Esse jeito, essa vontade, essa responsabilidade de lidar com o que é coletivo nasceu da própria comunidade, nasceu na gente, nasceu da nossa essência de trabalho da gente, da comunidade. Eu já fui tesoureiro, já fui secretário, já fui animador, e liderança na comunidade. Enfim, são conjuntos de valores”.

Ao olhar de perto essas frases, dentro dos contextos dos quais foram extraídas, percebemos que a diferença substancial entre atores, contextos e performances dos projetos está na presença ou na ausência de um sentimento individual e, ao mesmo tempo, coletivo específico. É a sensação de ser e estar capacitados, de sentir-se em “condição de”: de ter história em suas próprias mãos, de saber e poder agir sobre ela, de saber consegui-lo de forma eficaz. Os produtores das Fortalezas da montanha dos Abruzos, os envolvidos na ex-Fortaleza do Aratu, os agricultores entrevistados durante a visita de campo no *agro acerrano-nolano* parecem depauperados de qualquer agentividade. Pelo contrário, os cooperados do Umbu, a família da Promessa de Futuro (Baru), os habitantes de Gemona del Friuli e todos os toscanos da Fortaleza do Fagiolo Rosso se mostram firmemente confiantes, donos dos instrumentos e capazes de se organizar e agir sobre a história. Enquanto os primeiros ficam na espera de alguém que faça, os segundos se mobilizam para resolver. Serem sujeitos ativos e

empoderados da própria história, enquanto seres humanos e atores de um conjunto social: isso é o que entendemos por agentividade histórica.

Iniciativa, liderança, abertura à mudança, trabalho voluntário, identificação, capacidade de reconhecer, criar e aproveitar recursos e redes, de se mobilizar de forma organizada e de usufruir dos instrumentos proporcionados pelo ator público: os primeiros dos nove aspectos identificados são expressões de um fator de fundo, a agentividade histórica. Os primeiros acham sua síntese ideal nesta última, a qual pode ser considerada a matriz. De onde ela procede? Existem fatores múltiplos que participam da construção ou da carência desse elemento, absolutamente primário.

5.2 DA CULTURA DO DESENVOLVIMENTO À AGENTIVIDADE HISTÓRICA

Nas páginas precedentes, ao mencionar a cultura do pertencimento, a cultura do desenvolvimento, do cooperativismo e a cultura cívica, não fizemos nada diferente do que voltar a evocar aquele *actant* que fez sua aparição no final do capítulo 3 com o nome de “mentalidade” e, até então, não bem explicado. Ele se configurava como o fator último e fatal, que parece destinar o projeto social ao sucesso ou ao fracasso, para o qual muitos carecem de uma explicação e contra o qual os agentes de desenvolvimento não sabem como se precaver. Com base na apresentação dos estudos de caso, os próximos passos argumentativos avançam para a decomposição de alguns de seus componentes.

Em primeiro lugar, cabe reiterar a diferença existente entre o ambiente inovador, assim como descrito no parágrafo precedente, e o ambiente cooperativo. Inovação e cooperação não necessariamente andam juntas, como vimos nos casos do Baru, da Campânia e dos Abruzos. Nesses casos, os benefícios de processos inovadores foram perseguidos e/ou aproveitados apenas por produtores e empresas singulares, sendo mais perspicazes e habilidosos do que os em volta deles. Isto é, por atores e pequenos grupos (familiares, na maioria dos casos) individualmente mais dotados de todos os 10 elementos que caracterizam um ambiente inovador. Chamamos esses exemplos de virtuosidade circunscrita de “microambientes inovadores”. O ambiente inovador propriamente dito – a existência de benefícios difusos e compartilhados pela pluralidade de atores e empresas, através e dentro de um meio mais amplo – para ser tal, necessita de um ambiente cooperativo. Isso significa

que é necessário um contexto cultural e, ao mesmo tempo, estrutural e infraestrutural (conjunto de atores, *actants* e macro-atores) favorável à socialização de recursos e processos.

Já Abramovitz, ao introduzir a noção de *social capability* (1995), para explicar as condições de desenvolvimento não atribuíveis aos fatores produtivos tradicionais, menciona a necessidade de levar em conta tanto os aspectos culturais como os institucionais. O autor ressalta a importância da confiança nas relações recíprocas – conceito introduzido por John Stuart Mill – e o papel de motivação, instituições e formas de organização social, assim como tratados por Max Weber e Douglas North, entre os primeiros. Segundo Abramovitz, as chamadas *social capabilities* se compõem de duas essências primárias: as atitudes sociais da população (*social attitudes*) e, por outro lado, as características econômicas da população e das instituições (RIZZO, 2003).

A importância de incorporar o componente cultural dentro da análise de processos e projetos de desenvolvimento, em nossa visão, encontra um respaldo importante a partir de algumas fontes influentes.

Coleman, por exemplo, recorre ao conceito de capital social para indicar um recurso que não reside nos indivíduos nem nos meios de produção, mas sim na estrutura das relações sociais. O capital social seria, portanto, um recurso coletivo, ligado à estrutura das redes de relações, à estabilidade das relações ao longo do tempo e à dependência recíproca entre atores. Ele se associa a outros capitais, como sendo um entre vários fatores de produção, não necessariamente de bens ou serviços específicos, mas dentro de um processo social (1990). Na literatura italiana, o capital social é tradicionalmente definido como acumulação de tudo o que é investido em estruturas relacionais entre indivíduos e organizações. Ele consta de bens coletivos e relacionais, de redes entre atores, as quais permitem expandir em nível territorial informações e conhecimentos, com custos de difusão menores e promovendo a capacidade de autocoordenação e regulação (TRIGILIA, 1998; MUTTI, 1998). Segundo esses autores, as relações sociais em rede tornam disponíveis recursos cognitivos, como as informações, e normativos, como os padrões de confiança entre atores. Esses elementos permitem alcançar objetivos que, na ausência deles, seriam inalcançáveis ou muito mais onerosos. Isso significa que as redes, tanto as formais como as baseadas na confiança pessoal, estimulam a cooperação e a reciprocidade, ao mesmo tempo em que produzem valores materiais e simbólicos. Com efeito, como vimos nos casos de melhor desenvolvimento dos ciclos de tradução coletivos, os valores simbólicos sustentam a criação de valores materiais. E a

produção de bens materiais, por sua vez, é acompanhada pela produção de bens imateriais e serviços sociais.

Entre todas, a definição mais profícua para poder ler as experiências estudadas, é a definição de capital social elaborada por Arnaldo Bagnasco e colegas, segundo sua acepção culturalista (2001). Segundo o sociólogo italiano, o capital social é a atitude de colaborar que deriva de uma cultura cooperativa compartilhada, capaz de gerar confiança interpessoal difusa.

Atitude de cooperar, confiança interpessoal difusa: partimos desse ponto para uma leitura geral de nossos estudos de caso dando significado e conteúdo à noção de algo que poderia ser chamado de “cultura do desenvolvimento”. Isto é, a relação entre autoconfiança coletiva, fé no futuro, convencimento de que o futuro é socialmente edificável, memória de um passado melhor, inveja, capacidade para superar o individualismo, vontade de progredir e, por outro lado, o conjunto de atitudes em volta de trabalho, ócio, poupança, risco, cooperação, concorrência etc. (BOISIER, 1999; WALTON, 1997; MONTERO, 1994, 2003).

A “mentalidade”, a cultura para o desenvolvimento é a combinação do que Boisier chama de capital cultural e de capital psicossocial (1999). O lugar deles é o coração e a cabeça das pessoas. Eles têm a ver com sentimentos, emoções, lembranças e vontades.

Na base de tudo colocamos uma distinção fundamental, um pouco dicotômica, mas funcional para a exemplificação.

De um lado estão aquelas situações que, por determinados aspectos e de maneira geral, descrevemos como caracterizadas por elementos de marginalidade e carências materiais e imateriais, por pobreza culturais e estruturais (ex-Fortaleza do Aratu, Fortaleza da montanha dos Abruzos e da Campânia). Aqui, os recursos são percebidos e descritos pelos atores como sendo escassos: a natureza é hostil (montanha), a política e os poderes superiores são hostis ou distantes (governo, Parque Nacional, prefeitura atual, etc.), a história é adversa e o ser humano local é, substancialmente, uma vítima (da política, do estado, do clima, da conformação das montanhas, do terremoto, de uma história de colonialismo e exploração etc.). Tudo converge e contribui para a afirmação de modelos de relações competitivas e antagônicas. A preocupação é com o conseguimento afanoso de um pedacinho daquela “torta” de bens que, como vimos, é percebida como insuficiente para todos. Não dá para compartilhar, não tem para todo mundo, já que os recursos são escassos e as condições penalizadoras. Isso, cabe sublinhar, é a situação como percebida pelos “nativos” e não como ela objetivamente é. Porém, o efeito disso é uma descapacitação real, profunda e dupla: os

atores se sentem incapazes, sofrem essa pobreza e, de fato, agem como descapacitados. Já observamos como disso resulta um quadro de assistencialismo, de desistência, de súplica, de espera e de lamentação constantes. As relações interpessoais são frequentemente marcadas por inveja, desconfiança e difamação, mais do que por padrões de cooperação e confiança. As condições externas (ambientais) e internas, constantemente ameaçadas por incerteza do futuro e escassez, desencorajam qualquer propensão em relação ao risco, portanto ao investimento e à lógica do ganho no longo prazo.

Do lado oposto, encontramos os que vivem uma situação de capacitação do ser individual e social. Trata-se de contextos de significado em que os recursos são reconhecidos, efetivamente, como tais, como riqueza a ser aproveitada. A natureza adquire um rosto de benevolência e generosidade. Os atores sociais se percebem como aptos e legitimados a agir, construir, projetar, insistir. A inovação é acolhida. Existe uma propensão maior para enfrentar fatores de incerteza e risco. O sacrifício do indivíduo, em termos de poupança, acumulação, cessão de cotas de liberdade individual em prol do trabalho cooperativo, é tido e praticado como forma de investimento para ganhos no longo prazo e para as gerações sucessivas.

Em um ambiente que afirma a capacitação e a cultura do crescimento, não predomina a lógica do lucro e do gasto imediatos. Pelo contrário, como vimos muito bem no caso da Coopercuc do umbu, se procura formação e capacitação sempre crescentes (“quem andava a pé, agora vai de bicicleta”). Os ganhos econômicos são utilizados para melhorar as próprias condições de vida, em ótica construtiva (reforma da casa, aquisição de instrumentos para trabalhar, procura de oportunidade de formação, melhor instrução dos filhos etc.).

Enquanto no primeiro cenário o clima de inveja e afundamento generalizado inibe o espírito inovador e empresarial, deixando que apenas um ou dois sujeitos primem – de forma, às vezes, socialmente conflituosa –, no segundo contexto, o empreendedorismo emerge proficuamente.

Ora, se observarmos os estudos de caso, emerge claramente que, entre eles, existem diferenças reais em termos de disponibilidade de recursos – naturais, financeiros, infraestruturais, políticos, legais etc.- e de circunstâncias ambientais (mais ou menos favoráveis à agricultura, por exemplo). Os atores hodiernos, inegavelmente, partem com uma dotação, com uma bagagem de condições de tipo histórico, geográfico, ambiental etc. Entretanto, durante as visitas de campo, ouvimos frases e observamos posturas perante dificuldades objetivas similares, que surgem de interpretações e apontam para direções opostas.

Por exemplo, Jussemar e Adilson da Coopercuc (Fortaleza do Umbu), dizem: “Essa é a terra do Conselheiro¹⁰⁵. [...] A Coopercuc deu visibilidade a uma região que até quinze anos atrás era conhecida apenas pela vaca morta na região seca, pelas pessoas mais pobres”.

E Etelca, da Fortaleza do Pan di Sorc (Gemona del Friuli), dá testemunho que, apesar da grande miséria, os habitantes da região costumavam se ajudar reciprocamente, cada um construindo a casa do outro. Que existia, no povo, uma vontade enorme de resgate, de melhorar. Os pais e os avôs diziam: “Vai para escola, vai estudar, assim vai melhorar sua posição”. Eram pequenos agricultores, se ajudando um ao outro, também no trabalho no campo. As famílias de uma *borgata* (bairro) se emprestavam a única máquina que tinha, para ir, todo mundo, fazer o feno no campo de um, e depois do outro. O evento trágico do terremoto, por um lado, reforçou e potencializou certa cultura de cooperação que já existia.

Ora, as condições ambientais do sertão nordestino são favoráveis? O terremoto de Gemona, por acaso, foi menos trágico e destrutivo do que o terremoto de L’Aquila?

Diante da hostilidade de um evento, ou dos elementos, as reações são diferentes.

Para alguns, a circunstância desfavorável é ocasião para, de alguma forma, serem obrigados a reunirem as forças e se reerguerem. Para outros, só é um motivo a mais para se sentirem e estarem arrasados. A única coisa que pode ser feita é, metaforicamente, sentar e chorar.

Essas vozes servem para mostrar como condições analogamente desfavoráveis, ao longo do tempo, podem ser lidas – ou passar a ser lidas – de formas muito diferentes, dependendo da atitude do ator social e da coletividade.

Em um quadro de capacitação, o ator é dotado de agentividade, é inovador e contribui para que seu ambiente seja inovador. Ele é o empresário schumpeteriano, que plasma a realidade, transforma as externalidades negativas em algo novo, capaz de superar o problema do impacto negativo graças a uma síntese inusitada. Ele consegue combinar os fatores existentes de forma diferente, de modo que os custos diminuam. Para conseguir isso, o empreendedor deve romper com a práxis típica da tradição de seu âmbito de atuação. Da mesma forma, para ser inovador, um contexto social e territorial deve conseguir ir além dos hábitos e das inércias culturais (a mentalidade) que se perpetuam dentro dele. Seus atores, por assim dizer, serão empresários numa dimensão coletiva. Para fazer isso, conta a confiança, em si mesmos e nas relações com os outros nós da rede.

¹⁰⁵ Antônio Vicente Mendes Maciel (1830-1897), mais conhecido como Antônio Conselheiro, liderou o arraial de Canudos, então pequeno vilarejo no sertão da Bahia, destruído pelo Exército da República na chamada Guerra de Canudos, em 1896.

Através dos estudos de caso, conectamos o legado real da definição de Bagnasco com os aspectos constituintes da cultura do desenvolvimento (investimento, risco, poupança, adiamento da satisfação etc.). Daí, voltamos ao conceito de agentividade histórica, agora explicitado segundo uma argumentação circular.

Entretanto, uma questão basilar fica em aberto. Ao final, o que sustenta a confiança nos outros? De onde vem e como é construída a fé no comprometimento de cada um para com a coletividade e na procura do bem comum segundo formas cooperativas?

Para responder, é necessário se perguntar, primeiramente, quais são as formas específicas pelas quais os atores interpretam o ser, o “eu” e o lugar do eu no mundo e dentro do agrupamento humano. Desta maneira, entramos na esfera de investigação das noções e dos significados culturais mais profundos.

5.3 SOBRE A CULTURA CÍVICA

O economista italiano Leonardo Becchetti, especialista em economia e finanças éticas, ao indagar a origem de círculos e comportamentos econômicos virtuosos, explica a centralidade da confiança na dinâmica de criação e acumulação de capital social a partir da teoria dos jogos (2012).

O *investment trust game*, elaborado por Berg, Dickhaut e McCabe (1995), é um jogo sequencial entre dois jogadores providos de uma dotação monetária inicial. O jogo se baseia na presença ou ausência de *trust* e *trustworthiness* (confiança e merecimento de confiança). Substancialmente, os passos baseados na confiança total e cega em relação à cooperação mútua produzem ganhos para ambos os jogadores. Pelo contrário, jogadas baseadas na cautela ou na crença que o outro irá se tutelar, defendendo apenas seu próprio interesse, geram ganho apenas para um jogador – mas, um ganho inferior ao que poderia se conseguir apostando na colaboração do outro – ou deixam a situação inalterada, sem ganhos para ambos (paralisa da confiança).

A regra que premia a confiança e a aposta no espírito de colaboração mútua, multiplicando os benefícios para ambos os jogadores, evidencia a importância do mecanismo de “superaditividade”: a confiança e a troca recíprocas entre dois atores geram mais do que a soma da dotação que cada um possui separadamente (BECCHETTI, 2012). Isso quer

exemplificar, em termos de comportamento econômico, que a ação sinérgica gera custos médios decrescentes e benefícios econômicos de escala. Além do mais, ela incorpora na relação competências e recursos que são dotação exclusiva de cada um e que só a união pode por a disposição do conjunto.

No âmbito da teoria dos jogos, investigações sobre o comportamento dos atores revelam alguns padrões de pensamento por trás da escolha colaborativa: o altruísmo estratégico, o altruísmo desinteressado, a aversão à desigualdade e a aversão à traição (BECCHETTI, 2012). No primeiro caso, se concede algo com base na expectativa de receber alguma coisa em troca (dou porque assim receberei). O segundo caso se baseia na satisfação em contribuir para o bem-estar do outro. Já a aversão à desigualdade indica um comportamento de escolha favorável ao outro jogador baseado no incômodo de saber que existe uma situação de disparidade grande entre nós e o outro. Por outro lado, a aversão à traição se traduz na preferência em desconfiar, em não apostar nada na colaboração alheia, com base no medo – ou na crença – que o outro não corresponderá (quando chamado a fazer o primeiro passo, o ator que desconfia da resposta de generosidade recíproca do outro, não entrega sua confiança nem seus bens). Esse último padrão de comportamento, como vimos e veremos, nos casos reais é mais comum do que parece: é o caso típico do drama dos bens comuns.

Com efeito, um ator expressa confiança quando ele coloca, voluntariamente, seus recursos a disposição da contraparte, sem que a segunda esteja obrigada por algum vínculo de tipo contratual a “reciprocicar”.

Em substância, a confiança é a escolha de se tornar vulnerável à ação do outro. Como é fácil entender, isso é o oxigênio da vida social e econômica.

De onde os atores sociais pegam a confiança? Quais são as fontes e os repositórios de confiança úteis à vida em comunidade, especialmente no caso da sociedade contemporânea?

A primeira questão tem a ver com a tipologia de relações. Segundo a distinção proposta por Ferdinand Tönnies em *Gemeinschaft und Gesellschaft*, sua celebre obra de 1887, o contexto de existência contemporâneo de estampo ocidental é caracterizado pela prevalência das relações secundárias (sociais) sobre as primárias (comunitárias).

A maioria das relações sociais acontece fora do círculo dos vínculos familiares e mais íntimos, já que estas ocorrem na sociedade, com indivíduos e situações das quais detemos um conhecimento apenas parcial. Isso não significa que as relações de tipo primário, mesmo na

sociedade moderna, não existem ou não possuem sua importância. Muito pelo contrário, conforme demonstraremos, elas continuam jogando um papel essencial. Entretanto, relações profissionais, financeiras, de mercado, de governo, no âmbito dos serviços de instrução e de saúde quase nunca contam com o conhecimento pessoal, direto, e a proximidade entre as partes, isto é, entre provedor e usuário. A necessidade de interagir através de relações secundárias implica a presença constante de assimetrias e imperfeições informativas, a propósito de quem é o interlocutor, de como agirá, de suas competências, de quais valores orientam sua conduta, por exemplo. A incompletude informativa, na relação, domina a maioria dos meios que, diariamente, somos chamados a atravessar. Ainda, as formas contratuais e o sistema legal que tutelam as partes, neste tipo de relacionalidade, não garantem a totalidade das conjunturas e possibilidades que poderiam vir a ocorrer. É por isso que, sem o componente da confiança, “tudo correria o risco de se paralisar” (BECCHETTI, 2012, p. 109, tradução nossa).

Saber que um comportamento prejudicial para alguém e que a conduta correta, funcional à tutela dos direitos dos demais, são, respectivamente, proibido e consagrada por leis escritas, como sabemos, não é suficiente: não é a existência da regra que garante a obediência a ela. Isso é compreensível a partir da noção clássica de *expressive law*: especialmente quando a sanção conexas à transgressão não pode ser especialmente severa (ou quando a probabilidade que seja aplicada é baixa), a lei é tanto mais passível de respeito, quanto mais ela é conforme às normas morais e sociais vigentes em um determinado contexto social. Agimos virtuosamente e esperamos que os outros façam igual com base na crença que todos conhecemos, compartilhamos e aderimos às mesmas regras interiores. A norma moral é precisamente a regra ética interiorizada, que leva os indivíduos a se conformarem com um determinado comportamento. O indivíduo, por conseguinte, é motivado pelo fato de a violação da regra implicar a violação de seus próprios princípios, causando uma sensação de incômodo e prejuízo. As normas morais têm uma origem religiosa ou laica. No caso da crença religiosa, as regras morais que guiam a conduta do indivíduo derivam de visões específicas do mundo, sobre sua origem, seu destino e o desenvolver da existência. Estas derivam de uma noção específica de “indivíduo” e do indivíduo frente à entidade divina superior, da noção de destino, e de interpretações peculiares acerca da relação conduta-recompensa e culpa-castigo, tanto no plano terreal presente, como no plano ultraterreno, pós-morte. Da mesma maneira, dependem de noções específicas sobre o ser em relação aos outros seres (humanos, animais, vegetais etc.). Resulta claro, portanto, o peso dos sistemas de crença na orientação dos comportamentos humanos e sociais, qualquer que seja a esfera. De forma análoga, as regras

morais baseadas numa visão laica, também respondem a formas específicas de se entender o mundo, a história do ser humano, as condições de vida em sociedade e as motivações que fundam uma ou outra conduta.

As normas morais são tanto mais cogentes, quanto mais enraizada é a praxe de vida que, ao longo do tempo e por meio da persistência de uma série de hábitos e processos de aculturação, os indivíduos criaram. Tal praxe gera satisfação. Sua transgressão produziria repercussões interiores negativas.

A norma social é uma norma moral socializada, coletivamente compartilhada. Nesse caso, o que “obriga” a manter um comportamento socialmente conveniente, além da fé pessoal no senso de estar em sociedade, é o custo da reprovação por parte dos que estão em volta. As consequências negativas da reprovação são tanto existenciais (psicológicas) assim como reverberadas pelas interações sociais presentes e futuras (perda de credibilidade, de honra, de prestígio, etc.).

Assim sendo, a essência da expressividade legal tem a ver com a correspondência entre a coerência da regra escrita, ou formalizada, e as normas morais e sociais que a fundamentam. O respeito da norma e a manutenção de um comportamento socialmente virtuoso, nesse caso, independem da força da sanção da lei e do aparelho de fiscalização e repressivo. A politóloga e economista política estadunidense Elinor Ostrom dedicou o trabalho de uma vida inteira a demonstrar como e porque, em vários lugares do mundo, persistem bens comuns que, graças a regras virtuosas não escritas, continuam sendo conservados e geridos por meio das normas morais que estão na base dos hábitos cívicos das sociedades locais (1990, 1994, 2006).

O ponto de vista antropológico e a investigação das bases do comportamento humano em sociedade enriquecem a reflexão levando em conta a noção de indivíduo-pessoa *em e para com* o mundo e a sociedade circunstantes. Elas interligam os significados profundos de responsabilidade individual, direito, destino, redenção, poder do homem, assim como os sentimentos e as formas de pertencimento à dimensão coletiva.

O capital fundado em relações de confiança – seja ele chamado de social, territorial ou relacional –, como aparece claro, não é dado em quantidades fixas e idênticas ao longo das diferentes regiões do mundo e do tempo. Ele é uma entidade mutável, que é, a cada vez, criada, perdida e recriada.

A interrogação da qual partimos diz respeito à procedência das normas morais e sociais que plasman hábitos cívicos virtuosos.

Do ponto de vista sociológico, as fontes do capital social são usualmente identificadas em algumas instâncias básicas: instrução, transmissão de valores (dos pais ao filhos), educação para a confiança e comportamento virtuoso das instituições. Especialmente esse último fator merece um ponto de destaque: as instituições que não funcionam enfraquecem o senso cívico dos cidadãos. Vice-versa, um comportamento cívico carente por parte dos cidadãos se reflete na atuação das instituições (BECCHETTI, 2012).

A constatação de que o componente de base é, primariamente, educativo (fruto da aculturação), comporta uma consequência imediata: estamos falando de processos lentos, dependentes da história da coletividade.

Sem dúvida, o autor mais influente apontando para a investigação da origem do capital social no sentido histórico é Robert D. Putnam (1993). Ele nos permite transitar do conceito de capital social até as raízes da cultura cívica, através da relação de estrita amarração existente entre o primeiro e a segunda.

5.4 A COMUNIDADE CÍVICA: VARIÁVEIS, CARACTERES E DECLINAÇÕES

A interpretação de Putnam sobre o desempenho dos governos regionais italianos e a origem histórico-cultural disso pode ser idealmente transposta para contextos menores, tais quais os estudos de casos deste trabalho.

O pressuposto é que um projeto de desenvolvimento local, como o das Fortalezas, e as medidas por ele previstas, pelo menos em princípio, visam instalar e consolidar sistemas locais compartilhados de gestão dos recursos (capital territorial), em prol de algum crescimento coletivo, harmônico do ponto de vista dos componentes humanos, econômicos e ambientais.

Portanto, o projeto exemplar deveria ser caracterizado por (a) uma gestão local e inclusiva e (b) por efeitos positivos generalizados.

Segundo o paralelo que pretendemos compor, uma comunidade dotada de cultura cívica é aquela caracterizada pela participação difusa nos assuntos públicos. A devoção à *res*

publica e a busca do bem comum no lugar do interesse apenas particular é considerado o sinal primeiro de virtude cívica e do exercício da cidadania ativa.

Segundo a definição de um dos principais e mais agudos observadores do fenômeno, Alex Tocqueville, a comunidade cívica se caracteriza pela presença do cidadão atuante, imbuído de espírito público, por relações políticas igualitárias, por uma estrutura firmada na confiança e na colaboração. Segundo Tocqueville, os cidadãos da comunidade cívica buscam o “interesse próprio corretamente entendido”, isto é, o interesse próprio definido no contexto de necessidades públicas gerais (1835:1969, p. 525-28, apud PUTNAM, 1993:2000, p.102).

Pelo contrário, contextos civis definidos por um *ethos* prevalentemente individualista são considerados desprovidos de virtude cívica, ou da cultura do civismo. Neles, o objetivo de cada um é maximizar a vantagem imediata para si e para o próprio grupo (ou família), a partir do pressuposto de que todos os demais agem da mesma forma, com o mesmo objetivo. Os cidadãos de uma sociedade dotada de espírito cívico virtuoso, pelo contrário, consideram a esfera pública e das relações sociais algo mais do que um campo de batalha para a afirmação do interesse pessoal. Eles acreditam que a obtenção de um benefício generalizado vale mais do que o ganho particular.

Segundo Putnam, existem três correntes de pensamento principais em relação à origem e direção dos processos instituidores de comunidades e cultura cívicas:

- a. A engenharia constitucional, ou do projeto institucional, que investiga as formas de governo e as políticas públicas como instrumento prioritário no conseguimento de instituições e sociedades que funcionem bem;
- b. A corrente que atribui o bom desempenho de instituições e formações democráticas, em primeira instância, à presença de fatores socioeconômicos: renda, saúde, educação, emprego e infraestruturas básicas representam as precondições para qualquer crescimento, ou desenvolvimento, mesmo o da cultura cívica;
- c. A linha teórica, de tradição antiga, que considera fundamental para o bom desempenho de instituições democráticas a presença, entre a população, da cultura política e da cultura cívica. A reflexão de Platão e de Tocqueville constituem os pilares dessa posição.

Para conciliar as contraposições entre contribuições teóricas clássicas e as conclusões que fundamentam toda sua obra, Putnam precisa ir além do dilema relativo à causa primeira e

aos efeitos: se (1) instituições e mudanças institucionais influenciam a identidade, o poder e a conduta dos atores sociais e se (2) o desempenho institucional é condicionado pela história, então qual das duas dimensões é a variável dependente e qual a independente?

Os indivíduos podem escolher suas instituições, mas não o fazem em circunstâncias que eles mesmos criam, e suas escolhas por sua vez influenciam as regras dentro das quais seus sucessores fazem suas escolhas (PUTNAM, 1993:2000, p. 23).

Isso condensa nossa visão, a qual, junto com a importância do contexto histórico e cultural, afirma também a circularidade de influências recíprocas e a relevância do papel ativo do ator social na implementação de inovações e mudanças.

Isto posto, a reflexão se abre para a questão do ponto de encontro entre ambiente condicionante (determinante) e espaço de liberdade e mudança do ator.

Outra consideração capital diz respeito ao sentido da influência entre fatores socioeconômicos materiais e cultura cívica. Putnam opta pela afirmação segundo a qual, em perspectiva histórica, é a cultura cívica que explica a consolidação do bem-estar econômico, mais do que o contrário. Entretanto, a ponderação mais interessante é que o fato de o legado cultural ou, em alternativa, o desenvolvimento econômico constituir a variável independente é algo que depende muito da escala temporal na qual se concebe o processo histórico. Ambos interagem se influenciando mutuamente. Não há uma relação de causa e efeito, mas sim um processo dialético de reciprocidade (PUTNAM, 1993).

Além da posição do observador em relação à temporalidade histórica, o conceito de “instituição” que propomos oferece uma saída ulterior desse impasse epistêmico. Atribuímos ao termo “instituições” dois significados. Ele indica tanto os órgãos e os organismos – feitos de cargos, funcionários, escritórios, funções, etc. – que personificam e formalizam instâncias necessárias à vida comum (governativas, administrativas, econômicas, etc.), assim como as normas, os princípios morais e as regras sociais que ordenam a interação entre indivíduos e a gestão do conjunto de interesses por eles expressados. O primeiro uso passou a englobar a segunda acepção, que, na verdade é a primordial. De forma tácita, o significado de instituição-órgão passou a se impor, ocultando o significado fundamental, o de instituição-princípio. Se voltarmos à significação originária, portanto, qualquer órgão ou instituição governativa significa a instância política primária, o princípio, a regra e a crença que funda as formas e os canais concretos para a gestão do bem comum, antes de qualquer face específica que ela

possa vir a assumir, no espaço e no tempo. Por esse caminho, as normas morais e sociais, encarnadas pelos membros de um grupo (cidadãos) enquanto interiores e interiorizadas, são encarnadas pelas instituições que as expressam. Desta forma as instituições de uma coletividade encarnam – ou deveriam encarnar – os membros do grupo. As instituições são o grupo, porque são a forma historicamente e socialmente adquirida que expressa os princípios instituidores e a cultura daquele grupo. Os atores forjam as instituições. Mas, ao mesmo tempo, eles são forjados por elas, através dos processos de aculturação. A estrutura é, constante e simultaneamente, estruturada e estruturante (1972).

Assim sendo, a dicotomia ontológica entre instituição e atores sociais perde a consistência: as instituições não são um “ser” estranho e superior, que plasma o dia-dia das pessoas, mas sim são – ou deveriam ser – sua emanção. Eis a possibilidade de reunir o ciclo de influência recíproca entre ator agente e força coercitiva do meio sociocultural.

Com base nisso, nos perguntamos quais seriam as condições favoráveis para a criação e a manutenção de instituições fortes, responsáveis, e eficazes.

O ser humano, por ser *zoon politikon* – animal político, dizia Aristóteles –, inexoravelmente e por natureza colocado numa dimensão existencial coletiva, é um ser social. A vida em comum implica a demanda social pela gestão da coisa pública.

As instituições são as “regras do jogo” que regem a tomada de decisões coletivas. Elas são aqueles “mecanismos para alcançar os propósitos comuns” (PUTNAM, 1993:2000, p. 24). A instituição (órgão) è, portanto, a ferramenta para um projeto social comum, não o projeto em si.

A propósito disso, o estudo de caso da Fortaleza do Umbu se contrapõe ao do Aratu. Existem duas modalidades culturais distintas para entender e tratar as instituições (governo, prefeitura, políticas públicas): pensar nelas como em um instrumento ao serviço de um projeto social de felicidade e bem-estar coletivo; pensar nelas como sendo o projeto. Nesse último caso, o indivíduo e o grupo acreditam que a instituição tem o dever de realizar o projeto para e por eles e, no pior dos casos, chega a se servir das instituições para objetivos desviados, diversos do projeto comum.

Isso fica bastante claro no caso da Fortaleza do Umbu, do Fagiolo Rosso ou de qualquer uma das experiências que trouxeram benefícios materiais e imateriais para a maioria. Cursos, parcerias, editais, competências, contatos, mercados, assistência técnica: tudo o que foi procurado e conquistado pela ação da coletividade são, justamente, ferramentas para o

crescimento de um projeto de bem-estar comum. O projeto é central. As instituições específicas em volta – inclusive, o Slow Food – são acessórias. São canais explorados, que nunca chegam a ocupar um papel protagonista.

Nesse sentido, a tomada de decisões por parte do ator público pode levar a caminhos diferentes. Ele pode optar por: (1) resolver e satisfazer a demanda social criando soluções prontas (criando um programa de compras institucionais, por exemplo); ou (2) introduzir mecanismos de incentivos para que os cidadãos encontrem soluções, por meio da iniciativa privada, de associações, do terceiro setor, de parcerias, etc.

A este respeito, afirma Arturo Israel, é mais fácil construir uma estrada do que formar uma organização capaz de manter essa estrada (1987).

No capítulo anterior foi apresentada uma multiplicidade de situações. Em cada um dos relatos, especialmente em alguns, é fácil identificar os processos e os objetos de uma prática que todo ator social, normal e diariamente, tem: a atribuição de responsabilidade. Qual é a entidade identificada como responsável por atender à demanda gerada pela convivência social? Quem tem a obrigação de gerir os conflitos e os choques de interesses, as desigualdades que dela, naturalmente, surgem?

Em contextos sociais e culturais diferentes, tal responsabilidade é atribuída a entidades ou sujeitos diferentes: o governo, Deus, nós, o prefeito, o Ministério etc. Estes são alguns dos que foram mencionados por nossos entrevistados. Onde é que reside o dever e, sobretudo o poder de fazer é uma questão central, que diz respeito ao funcionamento de uma congregação civil. Disso depende a assunção direta de responsabilidade ou a delegação, o ativismo ou a passividade, o fatalismo ou a luta, a submissão a entidades superiores ou a fé no alcance da própria atuação.

O politólogo estadunidense Edward Banfield, em *The Moral Basis of a Backward Society* (1958), célebre obra sobre os atrasos da sociedade e da cultura do sul da Itália baseada no fieldwork no vilarejo de Montegrano, escrevia:

A ideia de que nosso próprio bem-estar dependa completamente de fatores incontrolláveis – o acaso ou a proteção caprichosa de algum santo – e que as possibilidades humanas cheguem, no máximo, a melhorar nossa própria fortuna, nunca a criá-la – essa ideia certamente representa um freio ao espírito de iniciativa. As consequências para a vida econômica são evidentes: quem vive num mundo tão imprevisível não economiza e não investe, em perspectivas de ganhos eventuais. Os efeitos são evidentes também em âmbito político: num mundo onde tudo depende do acaso ou

da intervenção divina, não tem espaço para a iniciativa comunitária. Assim como o indivíduo, a comunidade também espera e reza. Mas é impensável que assuma a direção de seu próprio destino (1958:2006, p. 125, tradução nossa).

A ideia de “eu” e de si na coletividade que cada membro de um grupo possui está diretamente ligada a isso. Portanto, o “ser cidadão”, a forma como é concebida e praticada a cidadania, também estão. O ator social se considera, alternativamente, sujeito político ou objeto das políticas. Os produtores da Fortaleza do Umbu, do Fagiolo Rosso, os promotores da Fortaleza de Gemona del Friuli se sentem sujeitos de política. Os entrevistados de Santa Luzia do Ithany, os produtores dos Abruzos e da Campânia se consideram objetos de políticas. Os primeiros não demoram em assumir a iniciativa, em primeira pessoa. Os segundos se sentem e se comportam apenas como portadores inativos de direitos: já que *têm* o “direito de”, eles esperam que alguém (a instituição-órgão) faça. O resultado é a formação de cidadãos ativos, por um lado, e de espectadores passivos, pelo outro. Os espectadores passivos, na maioria de nossos casos, são os cidadãos das regiões menos cívicas, que costumam assumir o papel de “suplicantes cínicos e alienados” (PUTNAM, 1993:2000, p.191).

A cidadania numa comunidade cívica implica direitos e deveres iguais para todos. Aqui, a coletividade se mantém em virtude de relações horizontais de reciprocidade e cooperação, não por relações verticais de autoridade e dependência. Os cidadãos interagem como iguais e não como governantes e requerentes, ou como patronos e clientes. Eles são prestativos, confiantes uns nos outros: isso permite a superação de ações isoladas, que ocorrem quando a desconfiança favorece a conduta individualista. Na ausência de solidariedade, autogestão e autodisciplina, quando a norma é que todos esperam que os demais violem as regras, a hierarquia e a força representam a única alternativa eficiente.

Na comunidade cívica, a participação na vida política local e na gestão do bem comum é alta. É considerada um bem em si. Ela se expressa através de associações entre atores e redes de associações, que, por sua vez, promovem a colaboração social. O lugar símbolo de uma comunidade cívica é a praça. Espaço de encontro, discussão e agregação, o fórum, a ágora é por excelência o lugar do civismo. A praça é a incubadora da vida política de uma congregação humana, o berço da civilização.

Diferentemente, onde a participação na vida política, nas associações e grêmios cidadãos não é o um hábito praticado, prevalecem os canais de contato pessoal, de base parental e em prol do próprio núcleo familiar de pertencimento. A colaboração, a ajuda mútua

e certa forma de solidariedade existem, mas limitadamente a esses círculos, a favor de membros do próprio grupo.

A afiliação a partidos políticos, embora presente em ambos os contextos, ocorre de forma diferente e com diferentes objetivos. Na comunidade cívica, se trata de um engajamento participativo em primeira pessoa, de um querer se interessar e presenciar os debates e os mecanismos de representação democrática. Nos contextos desprovidos de espírito cívico, a afiliação ao partido ocorre enquanto forma de apoio aos poderosos locais, com o escopo de obter seus favores. A lógica é sempre a verticalidade e a relação é clientelista, de estampo personalista. O sentimento a jusante e a montante é sempre o da descapacitação e da impotência (do homem comum frente ao sistema e ao poder). Como afirma Putnam e como tivemos oportunidade de observar, os cidadãos das regiões menos cívicas se sentem explorados, alienados e excluídos.

A distinção entre os dois cenários é exemplar também no que diz respeito ao voto político e ao uso que dele é feito. Encontramos alguns traços disso, sobretudo, nos relatos do estudo de caso da Fortaleza do Aratu. Em uma comunidade carente de civismo o instrumento eleitoral é aproveitado pelas partes para o ganho pessoal, através do voto de troca.

Se analisarmos o contexto histórico e geográfico de cada caso de estudo, não é difícil distinguir contextos que vêm de uma história recente – ou ainda presente – de marginalidade, exploração, exclusão, concentração dos bens, da riqueza e da terra, caracterizados pela forte desigualdade social e econômica e a escassa acessibilidade aos serviços. Analogamente, não é difícil relevar, nessas regiões, indícios de uma escassa cultura cívica. Enquanto exemplos de práticas cívicas virtuosas ocorrem em regiões conotadas por fenômenos históricos e socioeconômicos opostos (estrutura fundiária mais pulverizada, estabilidade política, governos e administrações locais tradicionalmente ativos e virtuosos, transparência administrativa, oferta generalizada e qualitativamente alta dos serviços, presença de organizações políticas de base, altos níveis de instrução etc.).

O Sul da Itália e parte das regiões rurais brasileiras – especialmente o Nordeste – constituem a situação extrema arquetípica. Seu caráter precípua é a dominância histórica do latifúndio, trabalhado pela massa de camponeses pobres. O sistema favorecia a consolidação de dinâmicas de exclusão e, por conseguinte, de competição em volta de recursos escassos, de relações verticais patrono-cliente, de subserviência aos proprietários. Elas prevaleciam sobre as relações horizontais e solidárias grupais, que também existiam no ambiente doméstico. O tecido social amplo, esgarçado pela pobreza e pela desconfiança, era fragmentado, atomizado,

dominado por vínculos verticais, de dependência, exploração e clientelismo, por um lado. Pelo outro, valiam os vínculos horizontais que Banfield chama “familismo amoral”: maximizar unicamente as vantagens materiais, no curto prazo, para a própria família nuclear, supondo que todo mundo age da mesma forma (1958).

Contrariamente ao que acontece na comunidade cívica, as praças de vilarejos e povoados, nessas regiões, eram um lugar onde os camponeses iam oferecer serviços de mão de obra, esperando serem contratados diariamente.

Onde a disputa por recursos escassos é alta, dificilmente a solidariedade difusa consegue emergir. O clientelismo, aliás, tende a manter a fragmentação e o isolamento, alimentando a cultura da desconfiança e da procura por benefícios imediatos.

A nobreza feudal e os senhores do latifúndio valiam-se da violência particular e do acesso privilegiado aos recursos para reforçar relações hierárquicas de poder e dependência, tornando o povo seu curral eleitoral, uma massa de protegidos. Eles, por sua vez, tornavam-se pais-patrões.

Tanto no Brasil como na Itália, esse foi o terreno fértil para a consolidação de sistemas de poder alternativo ao governo estatal central. A distância dos órgãos e das instituições foi preenchida por figuras eminentes dos poderes locais (famílias, grandes proprietários, coronéis etc.), até contribuir para a afirmação de sistemas baseados na ilegalidade e na violência, como no caso das máfias italianas. Tais figuras garantiam proteção e segurança, em contextos dominados por sistemas de poder informais, baseados no prestígio pessoal, na ausência da lei oficial, onde o povo miúdo vivia exposto a forças superiores e à vontade dos poderosos. Temor, busca por proteção, aversão a qualquer fator de risco e, na melhor das hipóteses, uma atitude paternalista e assistencialista regiam a vida social. O paternalismo podia minorar sofrimentos individuais, como afirma José Murilo de Carvalho, mas não podia construir uma autêntica comunidade cívica e muito menos uma cidadania ativa (2001).

Ainda após a colonização, a independência ou a entrada na dimensão moderna, alguns desses aspectos perduram. Seja pela omissão do Estado – que renuncia ao exercício do poder público em favor dos grupos dominantes locais – seja por sua ação direta, o autoritarismo centralizado se tornou o vetor principal de poder (portanto, de gestão). E, junto com o caráter paternalista, ele passou a representar o traço dominante da relação entre o cidadão e o Estado (BURSZTYN, 2008).

Firmou-se a condição que Carvalho (2001) define como “estadania”: a procura de contatos diretos, verticais e individualizados com os poderes públicos, sem passar pela mediação da representação e por formas organizadas de participação política, ao escopo de suprir a falta de cidadania política.

Tradicionalmente desprovida de cidadania, as populações menos favorecidas, com efeito, associavam e associam o poder público à pessoa que encarnava, como mediadora, as poucas funções públicas a que tinham e têm acesso (BURSZTYN, 2008).

Numa sociedade de excluídos, onde vigora o “poder dos donos”, as inércias culturais perpetuam a atitude de submissão, de impotência e dominação, favorecendo, como vimos, novas formas de dependência do assistencialismo público, de clientelismo eleitoral (BURSZTYN, 2008).

Excluídos, explorados, limitados, impotentes, sem acesso: essa é a semântica da descapacitação cidadã.

Estamos nos referindo a uma carência substancial, que impede, que erode o húmus necessário a processos virtuosos de valorização, discussão e planejamento, orientados para o bem comum. O senso profundo de vulnerabilidade, a falta de cultura comunitária, que sirva de apoio para a ação organizada dos atores, significa não poder contar com o que Coleman chama de *primordial social capital*: o capital social primordial das culturas tradicionais, que os processos de modernização tendem a erodir, mas que continua sendo precioso para o funcionamento das sociedades complexas (COLEMAN, 1990; BAGNASCO, 2006).

Pelo que concerne aos processos causais, Putnam (1993) acredita no poder das continuidades históricas.

Com efeito, os percursos históricos determinam tendências que perduram ao longo do tempo. Porém, é oportuno ter cautela com as investigações que recuperam raízes culturais e do comportamento em épocas e acontecimentos históricos atávicos.

Pode ocorrer que à força inercial desse fator se oponham pequenos e grandes eventos de mudança. Os quais também se tornam história. Aparecem eventos, oportunidades, circunstâncias perturbadoras. Um exemplo disso é a chegada de freiras missionárias, de agentes que introduzem novas formas – de entender, de fazer, de estar juntos –, ou que propagam a conscientização política por meio da pregação religiosa e da formação de

núcleos militantes, como aconteceu em Uauá e em muitas partes do Brasil com as Pastorais Sociais e a formação das Comunidades Eclesiais de Base.

Claramente, uma mudança no *ethos* não pode ser operada por meio de uma escolha voluntária dos habitantes [...]: o problema é constituído, justamente, por sua escolha de agir juntos. Aliás, é possível que os homens escolham para si uma estrutura moral? Uma ação desse tipo não pressupõe o possesso prévio disso? A possibilidade de uma transformação planejada depende da presença de um grupo “desde fora”, que seja capaz e queira atuar essa transformação (BANFIELD, 1958:2006, p. 166, itálico do autor, tradução nossa).

Ao questionamento de Banfield acerca da possibilidade de uma mudança endógena, Putnam responde que, do ponto de vista da engenharia social, as organizações implantadas de fora apresentam elevado índice de fracasso, sendo as iniciativas autóctones participativas, em comunidades já coesas, as que apresentam organizações locais mais bem sucedidas.

Já debatemos sobre as procedências da ideia e da proposta de projetos de desenvolvimento. Já afirmamos que não existe uma resposta unívoca e universal sobre qual delas garanta o sucesso. Já destacamos a importância das figuras “ponte”, que entram na comunidade, ou que saem e voltam para dentro com disposição inovadora. Nossa resposta ao dilema entre imprescindibilidade de uma intervenção vinda de fora e necessidade de uma evolução endógena é, novamente, a afirmação da causalidade multifatorial e conjuntural e, ainda, uma questão de posicionamento relativo na perspectiva da temporalidade histórica.

Claramente, para que eventos circunstanciais se tornem mudanças e se consolidem sistemicamente são precisos abertura e tempo, para a prática e a transmissão entre atores e gerações. Desviando parcialmente do caminho traçado por Putnam, ao alegar isso, afirmamos que a força do passado no presente não é definida nem definitiva. Tampouco é possível demarcar a medida certa de “antiguidade” para explicar tendências atuais.

Aliás, o que faz com que vicissitudes históricas se fixem e se tornem tradições – um conjunto de heranças culturais influentes nas atitudes presentes – é também a consciência que um determinado grupo, ou sociedade, detém acerca de seu próprio passado. A coletividade conhece e interpreta os fatos passados, assumindo-os como parte da própria história social; incorpora alguns deles como constituintes de sua identidade; identifica-se nesses marcos e escolhe mantê-los vivos, reafirmando constantemente sua memória nos discursos presentes. Porém, já que o passado é passado e não existem fatos, mas apenas a memória deles, da forma como é reelaborada no presente e encarnada por pessoas viventes,

de fato, toda coletividade opera uma seleção dos elementos passados: só alguns deles são adotados, interpretados, dotados de significados e valores e perpetuados. Isto é a construção identitária: culturas e grupos humanos se reconhecem em uma determinada imagem de seu próprio passado, remoto ou recente, e a vivificam. Além disso, as peças das quais dispomos para a construção de nossas identidades são múltiplas, heterogêneas e, muitas vezes, contraditórias, assim como os elementos que compõem nosso passado não possuem um significado (teleológico) e, muito menos, um significado unívoco. A montagem das peças é uma obra que cumprimos quase diariamente. A escolha dos materiais disponíveis varia ao variar da situação, dependendo do interlocutor, do objetivo e dos elementos que, entre os muitos que nos compõem, queremos enfatizar.

Jussemar e Adilson da Coopercuc fazem questão de se apresentar com uma frase já citada poucas linhas acima: “Esta é a terra do bode, a terra da rebelião, da Guerra de Canudos e de Antonio Conselheiro. Então, a Coopercuc deu visibilidade a uma região que até quinze anos atrás era conhecida apenas pela vaca morta na região seca, pelas pessoas mais pobres, semialfabetizadas, no interior das periferias, que as políticas da época mostravam para o Brasil, para o mundo, para arrecadar recursos, para investir naquelas pessoas, mas que jamais aquelas pessoas viram. Essas pessoas que eram mostradas nessas páginas tiveram oportunidade agora, depois do Governo Lula”. Uma síntese histórica realmente muito significativa.

Estes atores se identificam colocando em sequência, um do lado do outro, elementos densos de valor semântico e, ainda, contrastantes. Eles não falam de si apenas reivindicando e recorrendo às imagens típicas de dificuldades e marginalidade do passado e do presente (a seca, a emigração, a exploração, o problema da propriedade da terra etc.). Ninguém poderia negar que esses elementos existem, nem eles. Fazem parte da história e do contexto locais e, em vários sentidos, incidem pesadamente na situação atual. Os cooperados da Coopercuc, como nativos daquele sertão, poderiam muito bem contar-nos sua história só ou principalmente a partir disso. Mas eles fazem outra escolha. Fazem uma escolha precisa, em relação a qual passado “eleger” e qual identidade mostrar-nos.

Da mesma forma, o agricultor que – perante um pesquisador, externo ao grupo, dotado de caneta e papel e interessado na situação da produção agrícola local – se apresenta dizendo “nós somos as vítimas”, ele escolheu, naquele momento e entre várias possibilidades, todo um mundo de referências e implicações.

Os dois exemplos dizem muito a propósito de agentividade e do sentido da capacitação.

5.5 À PROCURA DAS RAÍZES DA COMUNIDADE CÍVICA

A religião organizada, pelo menos na Itália católica, é uma alternativa à comunidade cívica e não é um elemento integrante desta. [...] Os que vão à missa demonstram maior satisfação com o regime político vigente do que os demais italianos. Eles parecem estar mais preocupados com a cidade de Deus do que com a cidade dos homens. (PUTNAM, 1993:2000, pp.120-121)

Lembremo-nos da história da Coopercuc e da Fortaleza do Umbu. Voltamos a escutar as vozes de Waldemar, Jussemar e Analice: eles dão testemunho de como o trabalho da Igreja católica, por meio das Pastorais Sociais e da criação das Comunidades Eclesiais de base, foi decisivo para a conscientização política dos habitantes da região. Enquanto se tentava de conter a desnutrição e alta mortalidade infantil – dizem os entrevistados – surgia a questão: quem são os culpados? Por esse caminho foram se desenvolvendo o debate e a consciência política.

O bom da igreja, afirmam, foi “não ter segurado as coisas”. Freiras e padres estavam trazendo conhecimento: trabalhavam incentivando os jovens a viver a comunidade, incentivavam as lideranças a entender como se construíam políticas públicas, como acessar as políticas públicas; trabalhavam com os agricultores chamando a atenção para a importância de se organizar através da associação, no sindicato. Nos povoados, na época, não havia energia elétrica, não tinha água, não tinha luz, não tinha escola, não tinha posto de saúde: as freiras e os padres discutiam com a comunidade sobre como fazer para solicitar das autoridades aquilo que faltava e que era um direito da população.

Os membros das Comunidades Eclesiais de Base que iam se formando, “aquelas senhoras e senhores que tinham tradição religiosa de rezar o terço, de rezar o ofício, de levar os meninos para a missa, de educar os filhos para tomar a bênção dos mais velhos”, justamente eles, ao longo dos anos continuaram o percurso, aderindo a ideias e propostas de crescimento comunitário (quando chegou o IRPAA com a proposta de trabalhar a Convivência com o Semiárido, quando chegaram outros atores propondo a valorização do umbu e das frutas nativas, quando surgiu a ideia de criar a cooperativa etc.).

Aquelas pessoas – afirma Jussemar – já estavam “com os pés firmes no chão e dispostos a pagar, ganhar ou perder. Construímos a cooperativa com essas pessoas que, na grande maioria, eram mulheres”.

O sentido de “religião” e sua função, apesar de indicar a mesma instância, na história do umbu e no caso mencionado por Putnam, algumas linhas acima, são evidentemente muito diferentes.

Putnam se refere à vivência daquelas tradição e dimensão religiosas, comumente tidas, que apagam, que sedam as almas, transpondo a realização e a felicidade para um plano posterior e ultraterreno. Não adianta lutar aqui contra injustiças e dor – parece ser a essência do recado. Se suportar mansa e pacientemente, a redenção individual e a recompensa serão no céu. Não é difícil imaginar que tipo de influências uma interpretação religiosa parecida com essa poderá ter no que diz respeito a empenho civil e cidadania.

No caso da história da Coopercuc e da Fortaleza do Umbu, a ênfase está na ligação existente entre conscientização política e, conseqüentemente, civil, organização social em células de base, assunção de responsabilidade, identificação com o projeto comum e religião. A religião em questão, cabe especificar, é aquela religião, ou, melhor dito, aquele movimento e teologia específicos de libertação e militância política¹⁰⁶.

A entrada em cena desse personagem (a religião), para as comunidades rurais de Uauá, representa um momento de ruptura, de verdadeira conversão. A partir daquele marco temporal começa uma história nova: da carência para o empoderamento, os mesmos atores, no mesmo lugar, parecem ter feito um verdadeiro salto.

A escolha de aprofundar o caso do umbu, especialmente, foi motivada por duas considerações. Primeiro, é a exceção por antonomásia, no que concerne ao peso das continuidades históricas e do contexto geográfico. Segundo, ele aponta para um elemento central e abre para nossa reflexão final sobre as origens da cultura e da comunidade cívicas.

Sem dúvida, o sertão da Bahia se encaixa naquele retrato de contextos que determinaram descapacitação e carência de civismo, devido à presença histórica de latifúndio,

¹⁰⁶ Um histórico muito similar e a mesma ligação positiva entre prática religiosa, conscientização política e, conseqüentemente, empenho e organização civis foram constatados também no caso da Fortaleza do Licuri, um projeto do Slow Food realizado com os moradores de alguns povoados rurais da região de Capim Grosso, interior da Bahia. A do Licuri é a mais recente das Fortalezas brasileiras. Apesar de não ser apresentado individualmente neste texto, o projeto do Licuri foi considerado entre os estudos de caso escolhidos para a presente pesquisa, foi visitado e o material de campo coletado foi analisado juntamente com o dos casos descritos no cap.4.

coronelismo, pobreza, exclusão etc. As condições climáticas e ambientais contribuem para a mesma direção.

Apesar de tudo isso, a experiência exitosa da Coopercuc contradiz ostensivamente o esperado.

Ela testemunha a possibilidade de brechas dentro da inércia cultural devida a fatores e legados históricos de carência, abertas por todos os elementos descritos.

O caso respalda, ao mesmo tempo, a posição de Banfield e de Putnam. Por um lado há a intervenção de um grupo vindo de fora (de vários, em realidade: freiras e padres, IRPAA, ONGs europeias, Slow Food etc.). Porém, ao longo do tempo, das práticas diárias e de duas gerações, a ideia nova, originária e geradora de mudanças dinâmicas positivas, é incorporada. Uma vez interiorizada, ela se torna, de certa forma, autóctone. Os atores locais, empoderados, se apoderam. Assumem a mensagem, a luta, o projeto e a missão. A força da convicção se nutre do engajamento político, profundo porque baseado na fé e em entendimentos religiosos. A dimensão da pequena assembleia comunitária propicia o processo.

É um caso perfeito de recriação – ou, reposição – valorização e aproveitamento do capital primordial.

Uma observação que merece destaque, é que, em todos os estudos de caso onde o bom desempenho dos projetos de desenvolvimento/valorização está de alguma forma ligado à presença de Pastorais Sociais e Comunidades Eclesiais de Base (Umbu, Baru, Licuri), a agregação social sempre começa em torno de questões ligadas à saúde do corpo e à segurança alimentar (das crianças, com a multimistura, com a aprendizagem no uso de remédios naturais etc.). Logo em seguida, se passa da preocupação com a sobrevivência física do corpo e do grupo, ao aproveitamento dos recursos alimentícios nativos e, por aí, à valorização dos produtos locais como fonte de emprego e de renda.

Voltando aos percursos de instauração da comunidade cívica, tomamos emprestada de Tönnies a distinção entre comunidade tradicional (*Gemeinschaft*) e sociedade moderna (*Gesellschaft*). A primeira é menor, se caracteriza por relações primárias de solidariedade e confiança. A segunda vê a predominância de relações secundárias, “frias”, de base formal, impessoal e racionalista. Na segunda, a desconfiança sistêmica e a conseqüente ameaça de paralisia devem ser e são limitadas por meio de regras escritas. Contudo, permanece constante certa condição de assimetria e imperfeição informativa. Uma primeira análise da

evolução social induziria a pensar que a comunidade cívica é um atavismo fadado a desaparecer, dando lugar a sociedades modernas e modelos relacionais do segundo tipo.

Ora, cabe especificar que o valor da comunidade tradicional e de seus modelos relacionais, nesse processo de mudança histórica universal, assim como sua substituição, têm desdobramentos de sentido duplo e oposto.

Por um lado, relações de tipo primário significam precisamente personalismo, “familismo”, atenção ao benefício em prol do próprio círculo de parentes, entre outras atitudes. Isto é, são primários todos aqueles padrões relacionais que, ao falar de ausência de cultura cívica e condições históricas responsáveis, condenamos como negativamente responsáveis. Identificamos neles os freios e os obstáculos para a afirmação do civismo.

Por outro lado, são relações de tipo primário também todas aquelas constituídas por proximidade física e espacial: as interações *vis a vis*, as assembleias, as associações de vizinhos, de pais de uma escola etc. Sua presença distingue as comunidades aqui apresentadas como civicamente mais ricas e virtuosas (a Fortaleza toscana, a população do Friul-Veneza Júlia, os membros da Fortaleza do Umbu, as redes envolvidas na valorização do pinhão da Serra Catarinense etc.). Ao longo de toda nossa análise, as consideramos a essência da vida política comunitária, enquanto locais de debate, oportunidade de troca de saberes, sede de ciclos de tradução exemplares, nós de redes e “praças” para a socialização dos processos de crescimento.

Portanto, as relações primárias são, ao mesmo tempo, o terreno de dinâmicas e práticas negativas e o substrato originário de processos virtuosos que denotam as comunidades cívicas.

Além disso, como vimos em particular no caso dos efeitos sociais da crise econômica europeia, a compensação às assimetrias e imperfeições informativas é procurada, pelo ator da sociedade moderna, justamente em espaços e práticas de encontro, aprendizagem e troca de tipo primário, através da revitalização de locais e ações econômicos e políticos baseados no contato direto, na escala pequena e local.

Afinal, contam a orientação e os objetivos rumo aos quais as relações e os canais primários são utilizados; quer dizer, conta a declinação específica, influenciada por fatores históricos e culturais – incluindo tanto a inércia assim como o fator de mudança. Dependendo disso, os lugares e os modos da *Gemeinschaft*, mesmo dentro de contextos sociais modernos, dão vida a experiências socialmente construtivas e exitosas. Onde as relações primárias, pelo

contrário, continuam servindo para alimentar relações verticais, de dependência e clientelismo, o projeto falha.

Ao olhar para a realidade contemporânea, brasileira e geral, a experiência das CEBs, assim como qualquer experiência análoga, pode dizer alguma coisa acerca da cidadania e da participação cívica.

Ao agir para baixo e para o plano local, as CEBs conseguiram uma renovação na cultura política popular brasileira, trabalhando pela afirmação dos pobres e marginalizados, não mais como sujeitos carentes, mas sim como sujeitos históricos empoderados, contra o assistencialismo, para o compromisso de transformação social através da luta e da participação (COUTINHO, 2009). A relação com o sagrado contribuiu para isso. Predição, fé e conscientização política criaram o senso de responsabilidade de atores individuais frente à comunidade local e à sociedade. De alguma forma – e com certeza nos casos enfocados por este estudo –, seus agentes e mensagem representam um novo ponto de partida: instilaram aqueles requisitos que tornaram o terreno propício para experiências de crescimento futuras. Representaram aquele salto fundamental que reverteu as condições históricas, culturais e cognitivas – e só depois, por conseguinte e gradativamente, as condições materiais – em sentido “capacitador”.

Com base nas analogias culturais entre dois contextos geograficamente tão distantes como a Itália e o Brasil, a história do umbu e a influência das CEBs foram escolhidas apenas como protótipo, para exemplificar o conjunto de elementos que, ao final e em princípio, tornam fértil o terreno para as raízes e a evolução da comunidade cívica.

A cultura e a comunidade cívica, como vimos, nascem e crescem bem em situações de escala pequena. A praça é seu emblema e sua medida ideal. Elas surgem de realidades comunitárias pequenas, como uma *borgata* agrícola. Da atenção para com a sobrevivência, elas passam a se ocupar da autogestão política e econômica, do destino da comunidade e da patrimonialização dos recursos locais.

Os termos da antinomia tradição-modernidade, utilizada nas ciências sociais como chave de leitura da realidade econômica, social, política e cultural, longe de serem sempre contraditórios, muitas vezes se associam e combinam de maneira complementar. Os elementos tradicionais não são necessariamente vestígio do passado e sinais de atraso (COUTINHO, 2009). Família, vizinhos, grupos religiosos e consorciações agrícolas são as formas primordiais do associativismo. Constituem repositórios primários de capital social.

Além disso, para o bem ou para o mal, tanto no caso da cultura italiana como da brasileira, representam um componente, parte de uma herança, do qual é difícil prescindir.

Neles, os seres humanos, agregados, compartilham a existência cotidiana. Compartilham, portanto, crenças, valores e desejos. Próximos não pela adesão a contratos formais, eles se juntam em volta da busca do bem comum.

O mundo que eles acolhem é o *lebenswelt* husserliano e habermasiano, o “mundo da vida” (HABERMAS, 1981; COUTINHO, 2009).

A carga de capital primordial que guardam, quando seus componentes e formas são declinados em direção construtiva, em vez de representar o vestígio de um passado pré-moderno e de atraso, passa a constituir um patrimônio.

CONCLUSÕES

A história da difusão do movimento Slow Food no Brasil, ao longo da última década, tem apresentado uma evolução peculiar.

Sua primeiríssima chegada, entre as bases e com a formação dos Convívios de sócios mais antigos, se deu e alastrou espontaneamente, na quase totalidade do território nacional, de forma e segundo um espírito não muito diferentes dos que animaram e animam a base do movimento, na Itália e alhures.

Isso pode ser considerado como um sinal de aproximação de tendências socioculturais pertencentes a contextos diferentes no que diz respeito à atenção dedicada ao tema da alimentação. A conscientização crescente e a preocupação em termos sociais, políticos e ambientais com a procedência da comida e com os processos produtivos por parte do público consumidor do Brasil (e, mais em geral, da América Latina) refletem, em primeiro lugar, a conjuntura histórica e econômica que o país atravessa.

Para determinadas faixas socioeconômicas (classe urbana média e média alta), a ampliação de acesso à renda, bens e consumo ocorrida nos últimos anos se traduz em acesso e procura crescentes por produtos de qualidade, diferenciados, orgânicos, regionais, típicos etc. Significa, ainda, o incremento do público mais informado ou em busca de informações a propósito da procedência da comida. Por outro lado, as classes médias altas brasileiras, analogamente ao que acontece em muitos outros lugares do mundo ocidental, foram “atingidas” por um fenômeno atualmente generalizado: a moda da enogastronomia. A procura por matérias-primas alimentícias consideradas mais saudáveis, tradicionais ou rebuscadas é também uma questão de *trend* sociocultural e de procura por bens de nicho, portanto de *status*.

Por isso, em resposta a uma de nossas perguntas iniciais, somos levados a afirmar que os temas, a filosofia e a proposta do Slow Food fazem sim sentido e têm algo a dizer em contextos diferentes dos europeus e do italiano, mesmo em países emergentes, cujas estruturas produtiva, agrícola e de mercado e cuja cultura enogastronômica, por tradição, divergem daquelas do contexto nos quais o movimento surgiu.

Em particular, o Brasil tem dedicado grande atenção – pelo menos no discurso público e midiático – a questões que foram assumidas como sendo as “potencialidades” brasileiras

autóctones: a agricultura familiar, a riqueza em termos de biodiversidade e de biodiversidade de espécies edíveis.

Por outro lado, a relação oficial entre os órgãos apicais do movimento e o Governo brasileiro (MDA, SDT e, hoje em dia, SAF) representa uma peculiaridade histórica única.

Da parceria oficial (acordo formal) existente desde 2004 entre movimento e Governo derivam algumas consequências, diretas e indiretas, de signo positivo e negativo:

a) o acordo formal permite o enxerto, diretamente ao vértice, da postura crítica para com os processos de produção e consumo alimentares; isto, em teoria, consentiria a organicidade de políticas públicas e programas, isto é, de dispositivos institucionais, emanados do alto, já em sintonia e favoráveis a ideias, projetos e demanda social apontando para sistemas de produção e consumo conscientes, ambientalmente atentos, alternativos, em escala pequena etc.

b) a jornada do movimento, no Brasil, deu vida a duas “almas”, distintas e que, em termos de trabalho sinérgico, dialogam pouco entre elas: por um lado, há a base “popular” de sócios e ativistas e, pelo outro, as figuras pertencentes ao Governo brasileiro (funcionários, consultores e secretários dentro dos Ministérios e das várias secretarias envolvidas etc.), os quais se relacionam com a diretoria italiana e internacional do Slow Food e com Carlo Petrini em pessoa. Apesar de as figuras apicais locais e italianas declararem que, no Brasil como no resto do mundo, Slow Food é um movimento “líquido” e “anárquico”, fica evidente que essa natureza do movimento, no Brasil, acabou por ser engessada dentro da configuração específica pela qual o movimento se deu.

c) a presença de fatores de centralismo e dirigismo tem entrado em conflito e, em parte, tem ofuscado a iniciativa e os projetos vindos da base dos sócios, concentrando grande parte da visibilidade e das atenções nos projetos maiores (aqueles coordenados em nível ministerial) e, às vezes, desestimulando a iniciativa da base.

d) os projetos realizados até hoje – especialmente os projetos Fortalezas – têm sofrido com um componente conjuntural, devido ao fato de depender principalmente de “pessoas-chave em lugares-chave”. Ao sair dessas figuras, os projetos ficam abruptamente abandonados a si mesmos, durante uma fase ainda precoce. O andamento deles fica negativamente marcado por essa descontinuidade.

e) os projetos Fortalezas revelam um grau elevado de dependência dos programas e políticas públicas (PAA e PNAE) que, até hoje, garantiram canais de escoamento para as produções.

f) a criação de uma estrutura nacional – a Associação Slow Food Brasil, com seus órgãos, e a designação dos cinco “facilitadores” regionais – segundo declarado pela diretoria internacional e alguns líderes brasileiros, representaria a vontade e a tentativa de “passar a bola” e tornar o movimento do Brasil autônomo da Itália. Em realidade e apesar disso, o processo falha em dois aspectos. (i) Os órgãos apicais nomeados (não eleitos pela base) para dirigir o movimento nacional e os projetos mais importantes misturam, em si, a alma popular do movimento com sua estrutura vertical-dirigista, a qual acaba prevalecendo: são compostos, em parte, por alguns dos sócios que se destacaram como líderes de Convivia, mas estão “dominados”, ainda hoje, por figuras do governo e de órgãos públicos e, ainda hoje, respondem à lógica de iniciativas e programas centrais, por meio de financiamentos públicos. (ii) O projeto maior e mais recente do Slow Food Brasil, para o Brasil, é encabeçado pelo MDA (com a SAF e SDT) e será desenvolvido durante os próximos dois anos (a partir de final de 2015); em vez de procurar percursos novos e autóctones, segundo as características e as necessidades próprias dos contextos brasileiros (uma forma brasileira de ser e fazer Slow Food), como era possível, desejável e auspiciado tanto pelos líderes italianos como pelos sócios brasileiros, o projeto parece atender principalmente a lógica e as exigências políticas da sede central (Slow Food International), cujo objetivo mais urgente é, declaradamente, o aumento numérico (a versão 2.0, os 10.000 produtos na Arca do Gosto, as 10.00 hortas na África, o aumento do número das Fortalezas etc.) que lhe garanta um peso maior nas mesas de discussão.

Devido ao fato de a atuação do movimento ter tomado o caminho da parceria governamental e, em prevalência, da gestão vertical os projetos de valorização dos produtos Fortalezas dependem muito de instrumentos e canais de produção e comercialização proporcionados pelos órgãos públicos centrais (PRONAF, PNAE, PAA). Somos levados a pensar que, ao final, a forma autóctone de ser Slow Food, no Brasil, seja – e, no futuro, possa ser – esta.

Pelo que concerne à diferença substancial que os sócios brasileiros professam, segundo a qual a alma do movimento, na Itália, seria “gourmet” e elitista enquanto, no Brasil, militante e “campesinas”, ela foi desmentida ao longo do texto, através de exemplos e vozes de agricultores e sócios italianos. As duas almas existem e, ambas, formam a base do

movimento. A componente menos politicamente engajada existe, tanto nos ambientes urbanos brasileiros como naqueles italianos. A tradicional atitude dos italianos para com a enogastronomia, expressas através da atenção – às vezes, um verdadeiro culto – para a escolha de produtos típicos e de qualidade é, sem dúvida, um caráter saliente, vivo em todas as camadas sociais da população, independentemente de *status* e renda. Trata-se de um traço cultural, a não ser confundido com a falta de comprometimento ou de visão política crítica.

No que diz respeito às ações concretas do movimento *no* e *para* o território, concentramos nossa atenção exclusivamente sobre alguns casos de projetos Fortalezas.

As conclusões relativas a essa parte de nosso trabalho constituem uma seção específica.

Considerados os projetos Fortalezas italianos em comparação com os projetos brasileiros e, ao mesmo tempo, confrontados todos os projetos entre eles, sem distinção de nacionalidade, a primeira observação diz respeito à procedência da proposta (quem solicita a instituição da Fortaleza, quem tem a ideia da valorização, quem dá vida ao percurso etc.), questão que se reflete na evolução inteira dos projetos e no papel realmente desenvolvido pelo Slow Food.

A procedência da iniciativa (de cima para baixo, da base para cima ou segundo processos horizontais), assim como a natureza coletiva ou individual da proposta e/ou do proponente são significativas, porém não determinantes. Determinantes são: (i) a composição, a reação e a adaptação favoráveis ou desfavoráveis do *background*; (ii) a qualidade dos processos ativados pela instância inicial com o intuito de envolver os atores locais (ciclo de tradução);

Em contextos onde o movimento já detém uma base de sócios ativos, Slow Food favorece a criação de redes novas e crescentes e coloca à disposição sua vitrine e seus canais. Em contextos onde o tecido sociocultural não esteja previamente dotado de formas organizacionais de base e de históricos de práticas associativas, isto é, em contextos onde o Slow Food é apenas um proponente “de cima para baixo”, a presença ou a intervenção do movimento, sozinhos, não criam nada (ou nada que dure). O Slow Food, enquanto agente e catalisador de percursos de desenvolvimento territorial, funciona naqueles contextos onde (i) ele não é determinante e (ii) onde o projeto de valorização não intervém para implantar ou criar do nada capitais territoriais, redes e atitudes socioculturais para o aproveitamento dos capitais (mas sim quando o movimento é um canal útil para aproveitar recursos já existentes).

A função de agente e catalisador de percursos de desenvolvimento territorial necessita de enraizamento, de presença constante e prolongada, de ações de sensibilização diárias: nesse papel, outros atores demonstraram ser bem mais eficazes do que o Slow Food.

Peso e resultados realmente conseguidos pelos agentes de desenvolvimento local, portanto, deparam-se com alguns elementos superiores, de diversas naturezas, que permeiam o contexto. De várias formas, estes últimos obstam ou favorecem iniciativas e percursos de valorização e crescimento local. São os macro-atores, materiais e imateriais, de tipo infraestrutural, institucional, normativo, econômico ou cultural. Suas características dependem dos atores, cujos pensamento e comportamento, por sua vez, eles influenciam.

A configuração dos contextos macroatorial e atorial, regionais e nacionais, observada ao longo do estudo de casos nos dois países leva a problematizar e reler significativamente parte das hipóteses iniciais e o caminho argumentativo.

Relativamente ao desempenho e aos fatores incidentes no Norte/Sul da Itália/do Brasil, os estudos de caso apresentam, grosso modo, resultados e elementos qualitativos (dinâmicas socioculturais, pontos de força e deficiências dos ciclos de tradução, processos de criação e uso das redes, reconhecimento, mobilização e incremento dos capitais territoriais etc.) que respondem às suposições iniciais. A “questão geográfica”, por assim dizer, que tomamos emprestada de Putnam, tanto na Itália como no Brasil, fornece inputs interpretativos muito importantes. Apesar disso, optamos por não considerá-la apenas como hipótese inicial a ser confirmada, mas sim como linha guia para a análise. Isso por um motivo substancial: tanto no Brasil como na Itália, nos deparamos com casos e com a presença de elementos em contraste evidente com qualquer esquematização e previsão fundadas na distinção geográfica.

A comparação entre nações e entre regiões dentro do mesmo contexto nacional, isto é, a comparação em nível macro, foi significativa principalmente no que diz respeito à análise de processos históricos e dos aspectos econômicos, produtivos, legais, de mercado e de consumo de grande porte (definição dos macro-atores nacionais).

A dimensão micro, pela riqueza do material etnográfico, foi muito mais útil para compreender quais ingredientes tornam o contexto local fértil, no caso de projetos exitosos – ou, pelo contrário, quais elementos são desfavoráveis. Nesse sentido, foi mais significativa a comparação transnacional e entre projetos, do que entre países e entre blocos regionais.

O valor das exceções se revelou heurísticamente muito mais fecundo do que a confirmação da hipótese inicial.

Pelo que concerne à avaliação final do desempenho dos projetos estudados, chegamos às seguintes tipologias qualitativas:

1. projetos com benefícios econômicos e não econômicos difusos – Fortaleza do Umbu (Brasil), Fortaleza do Fagiolo Rosso (Itália);
2. projetos com prevalência dos benefícios imateriais/não monetários sobre os benefícios econômicos – Fortaleza do Pan di Sorc (Itália), Fortaleza do Pinhão da Serra Catarinense (Brasil);
3. projetos com benefícios econômicos concentrados (não difusos) – Fortaleza do Baru (Brasil), Fortalezas da Lenticchia di Santo Stefano, do Canestrato di Castel del Monte e do Pecorino de Farindola (montanha dos Abruzos, Itália), Fortalezas dos Antichi Pomodori di Napoli, da Papacella e do Fagiolo Dente di Morto (Nápoles, *agro acerrano-nolano*, Itália);
4. projetos falidos na fase inicial – Fortaleza do Aratu (Brasil).

O alicerce é a distinção entre a predominância de “redes socialmente envolventes” e “empresa emergente” (ambiente inovador *versus* micro-ambiente inovador).

Por trás da presença do ambiente inovador, foram identificados nove conceitos-guia, úteis a sua interpretação:

1. Proposta
2. Sistemas fechados, sistemas abertos
3. Líderes, carismáticos e poderosos
4. Trabalho voluntário
5. Saber reconhecer o recurso, saber patrimonializar
6. Receber e procurar
7. O dispositivo público
8. Saber formar redes
9. Identificação

Todos eles são reconduzidos ao décimo fator, denominado “agentividade histórica”.

A configuração “capacitadora” ou “descapacitadora” que qualifica a agentividade histórica funda o ambiente mais ou menos inovador, mais ou menos favorável ao êxito de experiências de desenvolvimento e patrimonialização dos recursos locais.

Ao aprofundar a investigação sobre a origem da agentividade histórica e da cultura *do* e *para* o desenvolvimento observadas localmente, procuramos as raízes de mais um macro-ator: a cultura cívica. Esta foi tratada como ponto inicial de tudo. Ao mesmo tempo, nossa reflexão a respeito disso representou o passo final.

A partir das observações sobre as influências históricas que, classicamente, explicam presença/ausência de cultura cívica (entre elas, atraso, dependência, exploração, ausência do estado central), para além desse dado, dedicamos um espaço importante a duas questões cruciais da ciência social. A primeira tem a ver com a natureza específica de um elemento que, segundo nossas conclusões, constitui o terreno propício ou desfavorável para o bom desempenho de experiências de desenvolvimento local análogas às enfocadas. A segunda é de tipo gnosiológico e concerne ao entendimento final sobre peso e papel de atores e macroatores, ou seja, sobre a relação de causalidade entre fatores institucionais e legado cultural.

A natureza das relações que denotam, por um lado, as comunidades cívicas, dotadas de cultura para o desenvolvimento, e as que denotam situações desprovidas de senso cívico, de participação política e cidadania ativa é a mesma. O que muda é a orientação. Isto é, o objetivo final e o jeito de entender e servir-se dos instrumentos disponíveis. O repositório de capital social primordial, do qual emanam os demais capitais (territorial, sinérgico, social, relacional etc.), é representado pelas relações de tipo primário. Relações desse tipo constituem os vestígios daquela mentalidade antimoderna, frequentemente observada em contextos em que o jeito de pensar dos atores nos parece muito distante dos modelos de pensamento econômico, patrimonialização, trabalho, gestão e investimento aos quais, como membros da sociedade ocidental contemporânea, estamos acostumados e que julgamos virtuosos. Ao mesmo tempo, essas mesmas relações primárias, típicas da comunidade (*Gemeinschaft*), sustentam dinâmicas e processos (ciclos de tradução, boas práticas) que denotam contextos e projetos cujo desempenho é positivamente exemplar – e nos quais as administrações públicas são virtuosas. Aquilo que, por um lado, uma parte da ciência social e da politologia trata como formas de interação atávicas e nefastas, a serem ultrapassadas e substituídas por formas “modernas” de viver em sociedade, se revelam como os laços mais fortes que, se orientados para o bem comum, são também os mais profícuos.

A segunda e última questão pode ser considerada uma evolução da anterior.

No debate entre institucionalismo e culturalismo, o dilema consiste em estabelecer o quê, em última instância, determina um comportamento ou um desempenho virtuoso, o êxito ou o fracasso de um projeto social, por exemplo. É o componente institucional que os determina? Ou, pelo contrário, a dimensão institucional é determinada por fatores histórico-culturais?

Se é o legado cultural ou o desenvolvimento econômico que constitui a variável independente é algo que depende muito da escala temporal desde e na qual se concebe o processo histórico de mudança. Ambos interagem, influenciando-se mutuamente. Não há uma relação de causa efeito, mas sim um processo dialético de reciprocidade.

Trata-se de um encontro e de ciclos cumulativos que se retroalimentam. Boas instituições, por exemplo, significam boa instrução, a qual se traduz em boas práticas, na confiança para com as instituições e na capacitação dos indivíduos. A cultura do civismo e da participação cidadã, por sua vez, significa uso construtivo das instituições e cobranças por serviços e instituições eficientes.

Mesmo os fatores mais estritamente culturais se tornam complementares e anteriores aos estruturais (econômicos, institucionais) na determinação de processos de crescimento e desenvolvimento.

Aliás, no médio e no longo prazo, os primeiros parecem predominar.

Trata-se, claramente, de uma questão de tempo necessário para que as mudanças ocorram e se firmem: a infraestruturação material e a engenharia institucional constituem fenômenos mais rápidos, se comparados com a afirmação de inovações e padrões em âmbito cultural. Esta procede pelos tempos longos da educação, da experiência pessoal das vantagens, da transmissão entre gerações e pela erradicação de padrões anteriores.

Assim como a inércia de certos modelos culturais obsta projetos e agentes de desenvolvimento, a consolidação de uma base cultural favorável representa um terreno sólido para a afirmação de formas e ciclos virtuosos para viver em sociedade.

BIBLIOGRAFIA

- ABRAMOVITZ, M. The Elements of Social Capabilities. In: HO KOO, B.; PERKINS, D. H. (eds.). **Social Capability and Long-Term Economic Growth**. New York: St. Martin's Press, 1995.
- AHEARN, L. M. "Agentività/Agency". In: DURANTI, A. (a cura di). **Culture e discorso: un lessico per le scienze umane**. Roma: Meltemi, 2001, pp. 18-23.
- AKRICH, M.; CALLON, M.; LATOUR, B. **Sociologie de la traduction**. Textes fondateurs, Paris: Editions Mines de Paris, 2006.
- ALCANTARA, C. M. M. As indicações geográficas (IGs) e o comércio justo como práticas de responsabilidade social. In: **Anais VII Congresso Nacional de Excelência em Gestão**, 12 e 13 de agosto de 2011. Artigo disponível em: <file:///C:/Users/user/Desktop/TESI%20biblio%20tesi%20indica%C3%A7%20geogr%20artigo%20excel%20em%20gestao.pdf>, acesso em: novembro 2014.
- ALLUM, F. **Camorristi, politicians, and businessmen: the transformation of organized crime in post-war Naples**. Leeds: Northestern University press, 2006.
- ALLUM, P. A. **Politics and Society in Post-war Naples**. Cambridge: Cambridge University Press, 1973.
- ALVES, L. A. C. A comida como patrimônio cultural. In : **Revista de Economia Agrícola**, São Paulo, v.58, n.1, pp.73-86, jan/jun. 2011.
- AMILIEN, V.; VITTERSØ, G. (eds.). Local foods (Produits alimentaires locaux). In: **Anthropology of Food**, 4, S6, may 2005.
- ANDREWS, G. **The Slow Food Story**. Politics and Pleasure. London: Pluto Press, 2008. (Ed. italiana). **Slow Food. Una storia tra politica e piacere**. Bologna: il Mulino, 2010.
- ANDREWS, G. (2010). **Slow Food**. Una storia tra politica e piacere. Bologna: il Mulino, 2010. (Ed. orig.) **The Slow Food Story. Politics and Pleasure**. London: Pluto Press, 2008.
- ANSELMI, S. **Agricoltura e mondo contadino**. Bologna: Il Mulino, 2001.
- APPADURAI, A. **Modernity at Large**. Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.
- ARFINI F.; BELLETTI G.; MARESCOTTI, A.; VANDECANDELAERE, E. (eds.). **Linking people, places and products - A guide for promoting quality linked to geographical origin and sustainable geographical indications**. FAO/SINER-GI, 2009.
- ARFINI F.; BELLETTI G.; MARESCOTTI, A. **Prodotti tipici e denominazioni geografiche**. Strumenti di tutela e valorizzazione. Gruppo 2013, Quaderni. Roma: Edizioni Tellus, 2010.
- AROUCHA E. P. T. L.; AROUCHA, M. L. **Boas Práticas de Manejo para o Extrativismo Sustentável do Licuri**. Brasília: Instituto Sociedade, População e Natureza, 2013.
- ARSIA. **Guida per la valorizzazione delle produzioni agro-alimentari tipiche**. Concetti, metodi, strumenti. Manuale ARSIA. Firenze: ARSIA, 2006.
- ARSIA. **I fagioli della Lucchesia**. Firenze: ARSIA Regione Toscana, 2008.

- ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL EM SERGIPE. TRE cassou por unanimidade mandatos de Adauto do Amor e José Edvaldo Félix, 23/8/2011, Publicado em: <http://noticias.pgr.mpf.mp.br/noticias/noticias-do-site/copy_of_eleitoral/mpf-se-tre-cassa-mandatos-de-prefeito-e-vice-prefeito-de-santa-luzia-do-itanhy>, acesso em: março 2015.
- AUGÉ, M. **Non-lieux**, Paris : Seuil, 1992. (Ed. italiana) Nonluoghi. Milano: Eleuthera, 1993.
- BAGLIONE, V.; CHIODELLI, F. Esperienze di cohousing a Milano e Torino. In: BRUNETTA, G.; MORONI, S. (a cura di). **La città intraprendente**. Comunità contrattuali e sussidiarietà orizzontale. Roma: Carocci, 2011, pp. 33-42.
- BAGNASCO, A. Ritorno a Montegrano. In: BANFIELD, E.C (Ed. italiana). **Le basi morali di una società arretrata**. Bologna: il Mulino, 2006, pp.7-34.
- BAGNASCO, A.; PISELLI, F.; PIZZORNO, A.; TRIGILIA, C. **Il capitale sociale**. Istruzioni per l'uso. Bologna: il Mulino, 2001.
- BAGNATO, A. **L'industria agro-alimentare italiana**. Impresa familiare, cooperative, multinazionali. Roma: L'Albatros, 2004.
- BANFIELD, E.C. **The Moral Basis of a Backward Society**. Glencoe, Ill.: The Free Press, 1958. (Ed. italiana). **Le basi morali di una società arretrata**. Bologna: il Mulino, 2006.
- BARBAGALLO, F. **Camorra e criminalità organizzata in Campânia**. Napoli: Liguori, 1988.
- BARBAGALLO, F. **Il potere della camorra (1793-1998)**. Torino: Einaudi, 1999.
- BARJOLLE, D. Indications géographiques et appellations d'origine contrôlée: un outil de propriété intellectuelle au service du développement rural?. In: **III Congresso Internazionale Syal "Alimentación y Territorios"**, Baeza, 18-21 ottobre, 2006.
- BARJOLLE, D.; SYLVANDER, B. Fondements théoriques et études empiriques de la protection européenne de l'origine des produits agroalimentaires. In : **Colloque International SFER - ENITA Au nom de la qualité : quelle(s) qualité(s) demain, pour quelle(s) demande(s)?**, Clermont- Ferrand, 5-6 octobre 2005, pp.273-279.
- BARJOLLE, D. ; GERZ, A. ; SAUTIER, D. (eds.). **Geographical Indications a way forward for local development**. Summary of the International Training Module. Geneva, Switzerland: May 2007.
- BASSO, C. M. G. A araucária e a paisagem do planalto sul brasileiro. In: **Revista de Direito Público**. Londrina, v. 5, n. 2, p. 1-11, ago. 2010. Artigo disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/direitopub/article/viewFile/7370/6501>>, acesso em: maio 2015.
- BATSON, C.D. Altruism and prosocial behaviour. In: GILBERT, D. T.; FISKE, S. T. (eds.), **The handbook of social psychology** (4th ed., Vol. 2, pp. 262–316). Boston: McGraw-Hill, 1998.
- BAUMAN, Z. **Globalization: The Human Consequences**. New York: Columbia University Press, 1998.
- BAUMAN, Z. **In search of politics**. Cambridge: Polity Press, 1999. (Ed.italiana). **La solitudine del cittadino globale**. Milano: Giangiacomo Feltrinelli Editore, 1. ed. 2000, 2008.

- BAUMAN, Z. **Consuming Life**. Cambridge: Polity Press, 2007. (Ed. italiana). Consumo, dunque sono. Bari: Laterza, 2010.
- BECATTINI, G. **Dal distretto industriale allo sviluppo locale**. Torino: Bollati Boringhieri, 2000a.
- BECATTINI, G. **Il distretto industriale**. Un nuovo modo di interpretare il cambiamento econômico. Torino: Rosenberg&Sellier. 2000b.
- BECATTINI, G.; BELLANDI, M.; DEI OTTATI, G.; SFORZI, F. (a cura di). **Il caleidoscopio dello sviluppo locale**. Torino: Rosenberg&Sellier, 2001.
- BECCHETTI, L. **Felicità sostenibile**. Economia della responsabilità sociale. Roma: Donzelli, 2005.
- BECCHETTI, L. **Il voto nel portafoglio**. Trento: Il Margine, 2008.
- BECCHETTI, L. **Il mercato siamo noi**. Milano-Torino: Mondadori, 2012.
- BECK, U. **Weltrisikogesellschaft**. Auf der Suche nach der verlorenen Sicherheit. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 2007. (Ed. italiana). Conditio Humana. Il rischio nell'età globale. Bari: Laterza, 2011.
- BELIK, W.; ROCHA, R. S. **Os Investimentos das Multinacionais Alimentares Face a um Espaço Econômico Ampliado**. s.l., s.d. Artigo publicado em: <http://www.eco.unicamp.br/mtigos/artigo_172.htm>, acesso em: janeiro 2015.
- BELLETTI, G. Sviluppo rurale e prodotti tipici : reputazioni collettive, coordinamento e istituzionalizzazione. In: BASILE, E.; ROMANO, D. (a cura di). Sviluppo Rurale: società, territorio, impresa. In: **Atti del Congresso SIDEA**. Firenze, 5 maggio, 2000. Milano: Franco Angeli, 2001.
- BELLETTI, G. Le denominazioni geografiche nel supporto all'agricoltura multifunzionale. In: **Politica Agricola Internazionale**, n.4, 2003, pp.81-102.
- BELLETTI, G. La valorizzazione dei prodotti tipici: principi, obiettivi e problematiche. In: ARSIA. **Guida per la valorizzazione delle produzioni agro-alimentari tipiche**. Concetti, metodi, strumenti. Manuale ARSIA. Firenze: ARSIA, 2006, pp.21-34.
- BELLETTI, G.; BRUNORI, G.; MARESCOTTI, A.; PACCIANI, A.; ROSSI, A. Il processo di valorizzazione delle produzioni agroalimentari tipiche. In: ROCCHI, B.; ROMANO, D. (a cura di). **Tipicamente buono**. Concezioni di qualità lungo la filiera dei prodotti agroalimentari in Toscana. Milano: Franco Angeli, 2006.
- BÉNÉZECH, D.; AMEMIYA, H.; RENAULT, M. Les circuits courts : un 'monde de commercialisation' interpersonnel?. In: MARECHAL, G. (ed.) **Les circuits courts alimentaires**. Dijon: Educagri, 2008, pp. 113-123.
- BEOZZO, J. O. **A Igreja do Brasil**: de João XXIII a João Paulo II, de Medellín a Santo Domingo. Petrópolis: Vozes, 1993.
- BÉRARD, L. ; MARCHENAY, P. Lieux, Temps et Preuves: la Construction Sociale des Produits de Terroir. In: **Terrain**, Vol. 24, Paris, 1995, pp. 153-164.
- BÉRARD, L. ; MARCHENAY, P. Terroirs, Produits et Enracinement. Pour Une Anthropologie Impliquée. Argumentations Face aux Extrémismes. In: **Association Rhône-Alpes d'Anthropologie**, n° 43, 1998, pp. 16-17.

- BÉRARD, L. ; MARCHENAY, P. Le Vivant, le Culturel et le Marchand : Les Produits de Terroir. In: **Autrement**, No. 194, Vives Campagnes: Le Patrimoine Rural, Project de Société, 2000, pp. 191–216.
- BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. **Les produits de terroir**. Entre cultures et règlements. Paris: CNRS Éditions, 2004.
- BÉRARD, L.; MARCHENAY, P. **Produits de terroir**. Comprendre et agir. Bourg-en-Bresse: CNRS, 2007.
- BÉRARD, L.; MARCHENAY, P.; CEGARRA, M.; DJAMA, M.; LOUAFI, S.; ROUSSEL, B.; VERDEAUX, F. **Biodiversité et savoirs naturalistes locaux en France**. Paris: INRA, CIRAD, IDDRI, IFB, 2005.
- BERG, J.; DICKHAUT, J.; MCCABE, K. Trust, Reciprocity, and Social History. In: **Games and Economic Behavior**, July 1995, 10, pp. 122-42.
- BERGER, P. L. **O Dossel Sagrado**. Elementos para uma teoria sociológica da religião. São Paulo: Ed. Paulinas, 1985.
- BERGER, A.; CHEVALIER, P.; CORTES, G.; DEDEIRE, M. (ed.). **Héritages et trajectoires rurales en Europe**. Paris: L'Harmattan, 2009.
- BERRY, W. The Pleasure of Eating. In: **What Are People for?**. New York: North Point Press, 1990.
- BICCHIERAI, M. **Statuto et ordinato è...**.Firenze: Centrilibro, 1995.
- BIOLGHINI, D. **Il popolo dell'economia solidale**. Bologna: EMI, 2007.
- BOGGIANO, A. La corte rurale lucchese. Dalla solidarietà contadina all'individualismo popolare. In: **Architettura del Paesaggio**, Università di Firenze 04/2005 luglio/dicembre, I anno, 3. Artigo disponível em: <http://www.rivistaarchitetturadelpaesaggio.unifi.it/04ri/04r_boggiano.html>, acesso em: março 2015.
- BOISIER, S. El desarrollo territorial a partir de la construcción de capital sinérgico. In: **Revista Brasileira de Estudos urbanos e regionais**, nº 2 / novembro 1999, pp.39-53.
- BONNAIN-DULON, R.; BROCHOT, A. De l'authenticité des produits alimentaires. In: **Ruralia**, nº 14, 2004.
- BOURDIEU, P. **Esquisse d'une théorie de la pratique précédé de Trois études d'ethnologie kabile**. Paris: Seuil, 1972. (Ed. italiana). Per una teoria della pratica, con Tre studi di etnologia cabila. Milano: Cortina, 2003
- BRASIL, Constituição. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/ConstituicaoCompilado.htm>, acesso em: setembro 2015.
- BRASIL, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Intercâmbio comercial do agronegócio: principais mercados de destino / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento**. Secretaria de Relações Internacionais do Agronegócio. Brasília: Mapa/ACS, 2012.

- BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Políticas públicas para a agricultura familiar**. s.l., 2013. Publicado em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/ceazinepdf/politicas_publicas_baixa.pdf>, acesso em: fevereiro 2015
- BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome. **PAA. 10 Anos de Aquisição de Alimentos**. Brasília, DF: MDS; Secretaria Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional; Secretaria de Avaliação e Gestão da Informação, 2014a.
- BRASIL, Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Agricultura familiar encerra 2013 com recordes e define novas metas no ano internacional do setor** - 6 Janeiro, 2014b. Publicado em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/agricultura-familiar-encerra-2013-com-recordes-e-define-novas-metas-no-ano-internacional-do>>, acesso em: fevereiro 2015.
- BRUNETTA, G.; MORONI, S. (a cura di). **La città intraprendente**. Comunità contrattuali e sussidiarietà orizzontale. Roma: Carocci, 2011.
- BRUNORI, G. La strategia di valorizzazione e le aree strategiche. In: ARSIA. **Guida per la valorizzazione delle produzioni agro-alimentari tipiche**. Concetti, metodi, strumenti. Manuale ARSIA. Firenze: ARSIA, 2006a, pp. 37-45.
- BRUNORI, G. La mobilitazione delle risorse locali. In: **ARSIA**. Guida per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari tipici. Concetti, metodi e strumenti. Firenze: ARSIA, 2006b, pp. 47-51.
- BRUNORI, G. Local food and alternative food networks: a communication perspective. In: **Anthropology Of Food**, S2, march 2007.
- BRUNORI, G.; CERRUTI, R.; MEDEOT, S.; ROSSI, A. Policy Recommendations and Practical Protocols – Italian National Report. **SUS-CHAIN deliverables**, n° 20 & 21, 2006a.
- BRUNORI, G. ; CERRUTI, R. ; MEDEOT, S.; ROSSI, A. Raw sheep milk cheese of Pistoia mountains - Case study report. **SUS-CHAIN deliverable**, n° 16.4a, 2006b, pp. 1-39.
- BRUNORI, G.; CERRUTI, R.; ROSSI, A.; ROVAI, M. L'analisi dell'organizzazione dei sistemi socio-economici dei prodotti tipici attraverso l'approccio di network. In: ROCCHI, B.; ROMANO, D. (a cura di). **Tipicamente buono**. Concezioni di qualità lungo la filiera dei prodotti agroalimentari in Toscana. Milano: Franco Angeli, 2006c, pp. 97-116.
- BURDICK, J. **Looking for God in Brazil**. The Progressive Catholic Church in Urban Brazil's Religious Arena. University of California Press, 1993. (Ed. brasileira). Procurando Deus no Brasil. A igreja católica progressista no Brasil na arena das religiões urbanas brasileiras. Rio de Janeiro: MAUAD, 1998.
- BURSZTYN, M. **O poder dos donos**. Planejamento e clientelismo no Nordeste. Rio de Janeiro: Garamond, 4. ed., 2008.
- CAILLÈ, A. **Il terzo paradigma**. Antropologia filosofica del dono. Torino: Bollati Boringhieri, 1998.
- CALAFATI, A. Apprendimento collettivo e sviluppo econômico locale. In: CAMAGNI, R.; CAPELLO, R. (a cura di). **Apprendimento collettivo e competitività territoriale**. Milano: Franco Angeli, 2002.

- CALLON, M. Some Elements of a Sociology of Translation : Domestication of the Scallops and the Fishermen of St. Brieuc Bay. In: LAW, J. **Power, action and belief** : a new sociology of knowledge?. London: Routledge, 1986, pp. 196-223.
- CALLON, M.; FERRARY, M. Les réseaux sociaux à l'aune de la théorie de l'acteur-réseau. In: **Sociologies Pratiques**, n° 13, 2006, pp. 37-44.
- CAMAGNI, R. **Innovation Networks: Spatial Perspectives**. London: Belhaven – Pinter, 1991.
- CAMAGNI, R.; CAPELLO, R. (a cura di). **Apprendimento collettivo e competitività territoriale**. Milano: Franco Angeli, 2002.
- CAMAGNI, R.; MAILLAT, D. **Milieux innovateurs**. Théorie et politiques. Paris: Economica, 2006.
- CAMPOLIETI, G. **Il Re Bomba**. Ferdinando II, il Borbone di Napoli che per primo lottò contro l'unità d'Italia. Milano: Mondadori, 2001.
- CAMPOLIETI, G. **Breve storia della città di Napoli**. Milano: Mondadori, 2004.
- CAMPOLIETI, G. **Breve storia del Sud**. Milano: Mondadori, 2006.
- CARRAZZA, L. R.; ÁVILA, J. C. C. **Manual Tecnológico de Aproveitamento Integral do Fruto do Baru**. Brasília-DF: Instituto Sociedade, População e Natureza (ISPN), 2010.
- CARVALHO, J. M. **Cidadania no Brasil**. O longo caminho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1. ed. 2001, 14. ed. 2011.
- CASABIANCA, F.; SYLVANDER, B.; NOËL, Y.; BÉRANGER, C.; COULON, J. B.; RONCIN, F. Terroir et typicité : deux concepts-clés des Appellations d'Origine Contrôlée. Essai de définitions scientifiques et opérationnelles. In: **Symposium international «Territoires et enjeux du développement régional»**, Lyon, 9-11 mars 2005. Publicado em: <http://www.inra.fr/rhonealpes/symposium/pdf/session3-4_2.pdf>, acesso em : janeiro 2014.
- CASTILHO, A. L.; DE CASTRO, F. Devagar e sempre. O Brasil já descobriu o sabor da resistência cultural e econômica do slow food, o movimento que busca, mais que comida saudável, uma vida com mais prazer. In: **Revista do Brasil**, 05/01/2010. Artigo disponível em: <<http://www.redebrasilatual.com.br/revistas/11/devagar-e-sempre>>, acesso em: fevereiro 2015.
- CASTORIADIS, C. **Una sociedad a la deriva: entrevistas y debates, 1974-1997**. Buenos Aires: Katz, 2006. (Ed. orig.). Une société à la derive. Entretiens et débats 1974-1997. Paris: Seuil, 2005.
- CASTRONOVO, V. **L'Italia del miracolo economico**. Roma, Bari: Editori Laterza, 2010.
- CASTRONOVO, V. **1960: Il Miracolo Economico**. Roma, Bari: Editori Laterza, 2012.
- CEDERNA, C. **Nostra Italia del miracolo**. Milano: Longanesi, 1980.
- CHEVALIER, P.; DEDEIRE, M. (dir.). Qualités et territoires. In: **Revue de l'économie méridionale**, vol. 54, n. 213, 2006.
- CHIAPPARINO, F.; COVINO, R. **Consumi e industria alimentare in Italia dall'Unità a oggi**. Lineamenti per una storia. Perugia: Centro Ricerche Ambiente Cultura Economia (CRACE), Giada, 2002.

- CHIODELLI, F. Enclaves private a carattere residenziale: il caso del co-housing. In: **Rassegna Italiana di Sociologia**, 51(1), 2010, pp. 95-116.
- CINTRÃO, B.; GONÇALVES, D. A formação do Grupo de Trabalho sobre Queijos Artesanais do Slow Food Brasil. **Coluna - Com a mão no queijo**. 03 Julho 2012. Publicado em: <<http://slowfoodbrasil.com/textos/queijos-artesanais/555-a-formacao-do-grupo-de-trabalho-sobre-queijos-artesanais-do-slow-food-brasil>>, acesso em: novembro de 2014.
- CLARY, E.G.; RIDGE, D.R.; STUKAS, A.; SNYDER, M.; COPELAND, J.; HAUGEN, J.; MIENE, P. Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. In: **Journal of Personality and Social Psychology**, n.74 (6), 1998, 1516-1530.
- CLEMENT, G. **Une écologie humaniste**. Paris: Aubanel, 2006.
- CLEMENT, G. **La sagesse du jardinier**. Paris: L'œil neuf, 2004.
- COLEMAN, J.S. **Foundations of social Theory**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1990.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA-CNI, Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação-ABIA. **Sustentabilidade na indústria da alimentação: uma visão de futuro para a Rio+20 / Confederação Nacional da Indústria**. Associação Brasileira das Indústrias da Alimentação. Brasília : CNI, 2012. Disponível em: <http://arquivos.portaldaindustria.com.br/app/conteudo_18/2013/09/23/4970/20131002162456498394o.pdf>, acesso em: fevereiro 2015.
- COMISSÃO EUROPEIA. **A abordagem Leader** - Um guia básico. Luxemburgo: Serviço das Publicações Oficiais das Comunidades Europeias, 2006. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/leader/2006_pt.pdf>, acesso em: novembro 2014 (Versão em italiano: L'iniziativa Leader - Guida generale. Lussemburgo: Ufficio delle pubblicazioni ufficiali delle Comunità europee. Disponível em: <http://ec.europa.eu/agriculture/publi/fact/leader/2006_it.pdf>, acesso em: novembro 2007.
- COMISSÃO EUROPEIA. **Leader+ Observatory Contact Point**. Community Initiative Leader+ in ITALY. May 2007. Publicado em: <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/pdf/country_sheets/IT.pdf>, acesso em: novembro 2014.
- COMISSÃO EUROPEIA. **Reforma da PAC** – explicação dos principais elementos. Nota Informativa. Bruxelas, 26 de junho de 2013. Disponível em: <http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-13-621_pt.htm>, acesso em: novembro 2014.
- COMISSÃO EUROPEIA. **Desenvolvimento rural 2014-2020**. s.l., 2014 Publicado em: <http://ec.europa.eu/agriculture/rural-development-2014-2020/index_pt.htm>, acesso em: novembro 2014.
- COMUNIDADE ECONÔMICA EUROPEIA (1992). Regulamento (CEE) n. 2081/92 do Conselho, de 14 de Julho de 1992, relativo à proteção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. Disponível em português em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992R2081:PT:HTML>>, acesso em: novembro 2014
- COMUNIDADE EUROPEIA. Regulamento (CE) n. 509/2006 do Conselho de 20 de Março de 2006, relativo às especialidades tradicionais garantidas dos produtos agrícolas e dos

gêneros alimentícios. Disponível em português em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R0509&from=IT>>, acesso em: novembro 2014.

COMUNIDADE EUROPEIA. Regulamento (CE) N. 510/2006 do Conselho de 20 de Março de 2006, relativo à protecção das indicações geográficas e denominações de origem dos produtos agrícolas e dos géneros alimentícios. Disponível em português em: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:PT:PDF>>, acesso em: novembro 2014.

CONAB. Pinhão (Semente), s.l., 2014. Publicado em: <http://www.conab.gov.br/OlalaCMS/uploads/arquivos/14_09_09_12_36_06_pinhaosemente_setembro_2014.pdf>, acesso em: maio 2015

COPPIN, O. Le milieu innovateur : une approche par le système. In: **Innovations**, n. 16, 2002, pp. 29-50.

COPPOLA, G.; COLAMONICO, C.; LUCIANI, S.A.; BERTONI, G.; CORSO, R.; ANTONIELLI, U.; MINGAZZINI, P.; SCHIPA, M.; DE RINALDIS, A. "Campania". Verbete. In: **Enciclopedia Italiana Treccani**, s.l., s.d. Disponível em: <[CORRADO, F. Vers un concept opératoire : la ressource territoriale. In: **La notion de ressource territoriale**, Grenoble, Montagnes Méditerranéennes, n° 20, 2004, pp. 21-24.](http://www.treccani.it/enciclopedia/campania_(Enciclopedia-Italiana)/>, acesso em: junho 2015.</p>
</div>
<div data-bbox=)

COURLET, C. **L'économie territoriale**. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 2008.

COUTINHO, S. R. Comunidades Eclesiais de Base: presente, passado e futuro. In: **Interações - Cultura e Comunidade** / v.4 n.6, 2009, p.173-185.

CRAINZ, G. **Il paese mancato**. Dal miracolo economico agli anni ottanta. Roma: Donzelli Editore, 2003.

CRAINZ, G. **Autobiografia di una repubblica**. Le radici dell'Italia attuale. Roma: Donzelli Editore, 2009.

CREVOISIER, O. Économie régionale, économie territoriale : la dynamique des milieux innovateurs. In: **Territoires et enjeux du développement regional**. Paris: Éd. Quæ, 2006, pp. 61- 82.

CROCE, B. **Storia del Regno di Napoli**. Bari: Laterza, 1925. (2. Ed.), GALASSO G. (a cura di). Milano: Adelphi, 1992.

CUNHA, E. da. **Os Sertões**: campanha de Canudos. Ed. orig. 1902. 30. ed. - Rio de Janeiro, Brasília: F. Alves, 1981.

CUPPARI, P. **Lezioni di Economia rurale - Agricoltura**. Pisa: Tipografia Nistri, 1854.

D'AMBRA, A. **Il brigantaggio postunitario in Terra di Lavoro**. Napoli: Delta 3, 2010.

DANIEL, J.; PANSARD, R.; TÉRIER, M.; THOREY, P. **Evaluation de la perception d'un terroir par ses acteurs**: les exemples du Pic Saint Loup et du Pélardon, Projet d'élève ingénieur. Montpellier, ENSA, 2007.

DE BLASIO, A. **Usi e costumi dei camorristi**, con prefazione di Cesare Lombroso. (2. ed.). Napoli: L. Pierro, 1897.

- DEDEIRE, M. **Le concept d'agriculture de terroir**, thèse de doctorat en sciences économiques. Université de Montpellier I, 1997.
- DEDEIRE, M. Informations, perceptions et connaissances dans les agricultures se référant à l'origine géographique. Communication au colloque Systèmes Agroalimentaires Localisés : produits, entreprises et dynamiques locales. In: **Systèmes Agroalimentaires Localisés : produits, entreprises et dynamiques locales**, Montpellier, 16-18 octobre 2002, 17 p.
- DEDEIRE, M.; TOZANLI, S. Les paradoxes des distances dans la construction des identités alimentaires par acculturation. In: **Anthropology of Food**, S3, Décembre 2007.
- DELFOSSÉ, C. Qualité, liens au lieu et développement local. In: CASABIANCA F., VALCESCHINI E. (Eds., 1996). **La qualité dans l'agro-alimentaire : émergence d'un champ de recherches**. Paris: INRASAD, 1996, pp. 34-40.
- DELFOSSÉ, C.; LETABLIER, M. T. Genèse d'une convention de qualité. In: ALLAIRE, G.; BOYER, R. (Eds. 1995). **La grande transformation de l'agriculture: lectures conventionnalistes et régulationnistes**. Paris: Economica/INRA, 1995, pp. 97-118.
- DEL PISTOIA, M. L'opera di recupero e conservazione delle varietà locali della Lucchesia e gli sviluppi futuri. In: ARSIA. **I fagioli della Lucchesia**. Firenze: ARSIA Regione Toscana, 2008, pp. 45-46.
- DEL PISTOIA, M.; PACINI, L. La ricerca storica: le testimonianze orali. In: ARSIA. **I fagioli della Lucchesia**. Firenze: ARSIA Regione Toscana, 2008, pp.15-23.
- DE MARTINO, E.; PASQUINELLI, C. **Antropologia culturale e questione meridionale: Ernesto De Martino e il dibattito sul mondo popolare subalterno negli anni 1948-1955**. Firenze: La nuova Italia, 1977.
- DE MARTINO, G. **Storia della Campania e di Napoli**. Napoli: Liguori, 2007.
- DE SAINTE MARIE, C.; PROST, J.-A.; CASABIANCA, F.; CASALTA, E. (1995). La construction sociale de La qualité. Enjeux autour de l'Appellation d'Origine Contrôlée « Brocciu corse ». In: NICOLAS, F.; VALCESCHINI, E. **Agroalimentaire : une économie de la qualité**, Paris: INRA Economica, 1995, pp.185-217.
- DEVAUTOUR, H.; MOITY-MAÏZI, P. Approche pluridisciplinaire des processus de qualification des produits et des manières de produire. In: **Produits de terroir, filière qualité et développement durable**, (Séminaire). Montpellier, 22 juin 2006.
- DIANI, M. (2003). Introduction: Social Movements, Contentious Actions, and Social Networks: 'From Metaphor to Substance'?. In: DIANI, M.; MCADAM, D. (eds.). **Social Movements and Networks**. New York: Oxford University Press, 2003.
- DIANI, M.; MCADAM, D. (eds.). **Social Movements and Networks**. New York: Oxford University Press, 2003.
- DI FIORE, G. **La camorra e le sue storie**. Torino: Utetlibreria, 2005.
- DI FIORE, G. **La camorra storie e documenti**. Torino: Utet libreria, 2006.
- DOLOREUX, D. What we should know about regional systems of innovation, Technology. In: **Society**, 08/2002; 24(3):243-263.

- EMBRAPA. Um novo olhar sobre os Krahô's. In: **AgroC&T**. Informação Tecnológica para o Desenvolvimento. Publicação trimestral da Embrapa Novembro de 2002, Ano 1, n. 003.
- ESCOBAR, A. Culture, Practice and Politics: Anthropology and the study of social movements. In: **Critique of Anthropology**, 1992; 12; 395.
- ESPOSITO, R. **Communitas**. Torino : Einaudi, 1998.
- FALCIONELLI, A. **Les sociétés secrètes italiennes**: Les Carbonari - La camorra - La Mafia. Parigi: Payot, 1936.
- FANELLI, A. **A casa del popolo**. Antropologia e storia dell'associazionismo ricreativo. Roma: Donzelli, 2014.
- FAO. **Slow Food e la FAO uniscono le forze**, 15 maggio 2013, Roma. Artigo disponível em: <<http://www.fao.org/news/story/pt/item/176147/icode/>>, acesso em: dezembro 2014.
- FARI, F. (a cura di). **Manuâl di lenghistiche furlane**. Udine: Forum, 2005.
- FERREIRA, R. P. G. As leis do queijo. **Coluna - Com a mão no queijo**. 07 Janeiro 2013. Publicado em: <<http://slowfoodbrasil.com/textos/queijos-artesanais/619-as-leis-do-queijo>>, acesso em: novembro 2014.
- FILIPPI, M.; TORRE, A. Organisations et institutions locales. Comment activer la proximité géographique par des projets collectifs?. In: **Actes du colloque SYAL** (cd-rom), Montpellier, 16-18 octobres 2002.
- FLEXOR, G. A Globalização do Sistema Agroalimentar e seus Desafios para o Brasil. In: **Economia-Ensaio**, Uberlândia, 20(2) e 21(1): 63-95, jul./dez. 2006.
- FLEXOR, G. As pequenas lojas de alimentos no Rio de Janeiro: distribuição e o consumo nas grandes cidades. In: **Anais do XIV Congresso Brasileiro de Sociologia**, 28 a 31 de julho de 2009, Rio de Janeiro.
- FLORIDA, R. Towards the learning region. In: **Futures**, v. 27, 1995, p. 527-36.
- FONDAZIONE SLOW FOOD PER LA BIODIVERSITÀ. **Slow Food e la FAO uniscono le forze**. 15/05/2013. Artigo disponível em: <http://www.fondazioneSlowFood.it/pagine/ita/news/dettaglio_news.lasso?-idn=180#.VH7cjdLF984>, acesso em: dezembro 2014.
- FRANCESCATO, G. **Dialettologia friulana**. Udine: Società Filologica Friulana, 1966.
- FRANÇOIS, H.; HIRCZAK, M.; SENIL, N. Territoire et patrimoine : la co-construction d'une dynamique et de ses ressources. In: **Revue d'Economie Régionale et Urbaine**, n° 5, 2006, pp. 683-700.
- FRAU, G. **I dialetti del Friuli**. Udine: Società Filologica Friulana, 1984.
- FURTADO, C. **Formação econômica do Brasil**. São Paulo: Fundo de Cultura, 1963.
- FUKUYAMA, F. **Trust**: The Social Virtues and the Creation of Prosperity. New York: Simon & Schuster, 1996.
- GALASSO, G. **Il Mezzogiorno nella storia d'Italia**. Firenze: La Nuova Italia, 1977.
- GALASSO, G. **La storia del regno di Napoli**. Torino: UTET, 2010.

- GALLI, G. **Piombo Rosso**. La storia completa della lotta armata in Italia dal 1970 a oggi. Milano: Baldini Castoldi Dalai Editore, 2007.
- GEERTZ, C. **The Interpretations of Cultures**. Selected Essays. New York: Basic Books, 1973. (Ed. italiana). Interpretazione di culture. Bologna: il Mulino, 1987.
- GIDDENS, A. **The Consequences of Modernity**. Cambridge: Polity Press, 1990.
- GIDDENS, A. **Beyond Left and Right**. The future of Radical Politics. Cambridge: Polity Press, 1994. (Ed. brasileira). Para além da esquerda e da direita. O futuro da política radical. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1996.
- GODARD, O. Du développement régional au développement durable: tensions et articulations. In: HIRZAK, M.; MOLLARD, A.; SAUBOUA, E. (eds.) **Territoires et enjeux du développement regional**. Paris : Ed. Quae, 2007, pp. 83-96.
- GOODMAN, D. The Quality Turn and Alternative Food Practices : Reflections and Agenda. In: **Journal of Rural Studies**, 19 (1), 2003, pp. 1-7.
- GOODMAN, D. Rural Europe Redux ? – Reflections on alternative agro-food networks and paradigm change. In: **Sociologia Ruralis**, 44 (1), 2004, pp. 3-16.
- GOODMAN, D.; DUPUIS, M. Knowing Food and Growing Food: Beyond the Production-Consumption Debate in the Sociology of Agriculture. In: **Sociologia Ruralis**, vol. 42, n° 1, 2002, pp. 5-22.
- GORZ, A. **L'immatériel**. Connaissance, valeur et capital. Paris: Éditions Galilée, 2003. (Ed. italiana). L'immateriale. Torino : Bollato Boringhieri, 2003.
- GRANT, C. **Stories of Naples and the Camorra**. London: Macmillan and Co. Ltd., 1897.
- GRISERI, P. Industria alimentare, ecco chi sono i padroni del cibo. **La Repubblica**, 19 dicembre 2014. Artigo disponível em: <http://www.repubblica.it/salute/alimentazione/2014/12/19/news/i_padroni_del_cibo-103273466/>, acesso em: janeiro 2015.
- GRIMALDI, P. **Cibo e rito**. Il gesto e la parola nell'alimentazione tradizionale. Palermo: Sellerio, 2012.
- GROSSETTI, M. Les effets de proximité spatiale dans les relations entre organisations : une question d'encastements. In: **Espaces et Sociétés**, n° 101-102, 2001, pp. 203-219.
- GROSSO, A.; MARINELLA, V. **Rifiuti. Produzione e gestione in Campania**. Napoli: Agenzia regionale per il recupero dell'ambiente, 2008.
- HABERMAS, J. **Theorie des kommunikativen Handelns**, vol. 2: Zur Kritik der funktionalistischen Vernunft. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 1981. (Ed. italiana). Teoria dell'agire comunicativo: critica della ragione funzionalistica, 2 voll., trad. ita. di Paola Rinaudo, Bologna: Il Mulino, 1986, vol. II.
- HEINEMANN, S. **Studi di linguistica friulana**. Udine: Società Filologica Friulana, 2007.
- HEINEMANN, S.; MELCHIOR, L. (a cura di). **Manuale di linguistica friulana**. Berlin/New York: Mouton-de Gruyter, 2015.

- HERZFELD, M. **Cultural Intimacy**. Social Poetics in the Nation-State. New York: Routledge, 1997.
- HIRCZAK, M. **La co-construction de la qualité agroalimentaire et environnementale dans les stratégies de développement territorial**. Une analyse à partir des produits de la région Rhône-Alpes, thèse de doctorat en Géographie. Université Joseph Fourier Grenoble, 2007.
- HIRCZAK, M.; PECQUEUR, B. ; MOLLARD, A. Le panier de biens et de services de qualité : vers um modèle de développement territorial durable. In: **Montagnes Méditerranéennes**, n. 20, 2004.
- HO KOO, B.; PERKINS, D. H. (eds.). **Social Capability and Long-Term Economic Growth**. New York: St. Martin's Press, 1995.
- HOBBSAWM, E.; RANGER, T. **The Invention of Tradition**. Cambridge: Cambridge University Press, 1983.
- HONORÉ, C. **Devagar**: como um movimento mundial está desafiando o culto da velocidade. Rio de Janeiro: Record, 2005.
- HOFFMANN, R.; NEY, M. G. **Estrutura fundiária e propriedade agrícola no Brasil, grandes regiões e unidades da federação**. Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2010. Publicado em: <http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_arquivos_64/pageflip-4001789-487363-lt_Estrutura_Fundiria_e_-594202.pdf>, acesso em: novembro 2014
- HYDE, J. K. **Society and Politics in Medieval Italy**: The Evolution of the Civil Life, 1000-1350. London: Macmillan, 1973.
- HYDE, L. **The gift, imagination and the erotic life of property**. New York: Vintage Books, 1983.
- IACUELLI, A. **Le vie infinite dei rifiuti**. Il sistema campano. Roma: Rinascita edizioni, 2008.
- ILLICH, I. **Tools for Conviviality**. New York: Harper & Row, 1973. (Ed. italiana). La convivialità. Una proposta libertaria per una politica dei limiti allo sviluppo. Milano: Boroli, 2005.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. cfs metodológicas da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios de 2008. Rio de Janeiro: IBGE, 2008.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Censo Agropecuário 2006: Brasil, Grandes Regiões e Unidades da Federação. Rio de Janeiro: IBGE, 2009.
- INSTITUTO HUMANITAS UNISINOS. **Carlo Petrini, um revolucionário que agora anuncia um projeto junto ao papa Francisco**. 23 de abril de 2014. Artigo publicado em: <<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/530538-carlo-petrini-um-revolucionario-que-agora-anuncia-um-projeto-junto-ao-papa-francisco>>, acesso em: dezembro 2014.
- IOVENE, B. **Campania infelix**. Milano: BUR, 2008.
- IPHAN. **Os sambas, as rodas, os bumbas, os meus e os bois**. Princípios, ações e resultados da política de salvaguarda do patrimônio cultural imaterial no Brasil, 2003 - 2010. Brasília: IPHAN, 1. ed., 2006.
- ISRAEL, A. **Institutional development**: incentives to performance. Baltimore: John Hopkins University Press, 1987.

- INEA - ISTITUTO NAZIONALE DI ECONOMIA AGRARIA. **Rapporto sullo stato dell'agricoltura**. Roma: INEA, 2013a.
- INEA - ISTITUTO NAZIONALE DI ECONOMIA AGRARIA. **L'agricoltura italiana conta**. S.l.: INEA, Il Sole 24 Ore, 2013b.
- INEA - ISTITUTO NAZIONALE DI ECONOMIA AGRARIA. **Il Commercio con l'estero dei prodotti agroalimentari**. Edizione 2013 (22^a ed.). Roma: INEA, 2014. Disponibile em: <http://dspace.inea.it/bitstream/inea/999/3/Commercio_estero_prod_agroalim_2013.pdf>, accesso em: julho 2015.
- ISTAT - ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA. **Atlante statistico della montagna italiana**. s.l., 2007. Disponibile em: <http://www3.istat.it/salastampa/comunicati/non_calendario/20071219_00/>, accesso em: junho 2015.
- ISTAT - ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA. 9° Censimento dell'industria e dei servizi e Censimento delle istituzioni no profit 2011. s.l., 2012a Disponibile em: <<http://www.istat.it/it/censimento-industria-e-servizi/industria-e-servizi-2011>>, accesso em: julho 2015.
- ISTAT - ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA. 6° Censimento generale dell'agricoltura 2010. s.l., 2012b Disponibile em: <<http://www.istat.it/it/censimento-agricoltura/agricoltura-2010>>, accesso em: julho 2015.
- ISTAT - ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA. **Rapporto sulla competitività dei settori produttivi**. Edizione 2014. Roma: ISTAT, 2014. Disponibile em: <<http://www.istat.it/en/files/2014/02/Rapporto-Competitivit%C3%A0-2014.pdf>>, accesso em: julho 2015
- JACQUEMET, M. **Credibility in court**: communicative practices in the camorra trials. Cambridge. New York: Cambridge University Press, 1996.
- KAYSER, B. **La renaissance rurale** - Sociologie des campagnes du monde occidental. Paris: Ed. A. Colin, 1990.
- KEBIR, L. Ressource et développement régional, quels enjeux?. In: **Revue d'Économie Régionale et Urbaine**, n° 5, 2006, pp. 701-723.
- KIRWAN, J.; FOSTER, C. (2008). Public Sector Food Procurement in the United Kingdom : Examining the Creation of an "Alternative" and Localised Network in Cornwall. In: MAYE, D.; HOLLOWAY, L.; KNEAFSEY, M. (Eds.). **Alternative Food Geographies** – Representations and Practice. United Kingdom: Emerald, 2008.
- KLEIN, N. **No Logo**. Taking Aim at the Brand Bullies. Toronto: Knopf Canada, Picador, 1999
- KOENSLER, A. Per un'antropologia dei movimenti sociali: etnografia e paradigmi dell'analisi di movimenti. In: KOENSLER, A.; ROSSI, A. **Comprendere il dissenso**. Perugia: Morlacchi Editore, 2012, pp. 47-53.

- LEONARDI, A.; COVA, A. **Il Novecento Economico Italiano**. Dalla grande guerra al Miracolo Economico. Milano: Monduzzi Editore, 1997.
- LACLAU, E. New Social Movements and the Plurality of the Social. In: SLATER, D. (ed.). **New Social Movements and the State in Latin America**. Dordrecht, The Netherlands: CEDLA, 1985, pp. 27-42
- LACLAU, E. Politics and the Limits of Modernity. In: ROSS, A. (ed.) **Universal Abandon? The Politics of Postmodernism**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1988, pp. 63-82.
- LACLAU, E.; MOUFFE, C. **Hegemony and Socialist Strategy**. London: Verso, 1985.
- LATOUCHE, S. **L'autre Afrique**. Entre don et marché. Paris: Albin Michel, 1997. (Ed. italiana). *L'altra Africa. Tra dono e mercato*. Torino: Bollati Boringhieri, 2000.
- LATOUCHE, S. **Le pari de la décroissance**. Paris: Fayard, 2006.
- LATOUCHE, S. **On Actor Network Theory** : A few clarifications. Centre for Social Theory and Technology (CSTT), Keele University, UK, January 1998.
- LATOUCHE, S. **Changer de société. Refaire de la sociologie**, Paris: La Découverte, 2006.
- LAURENS, L. Les nouvelles orientations du développement local, environnement et qualité em espace rural fragile. In: **Ruralia**, n° 6, 2000.
- LAW, J. Notes on the theory of the actor-network : ordering, strategy and heterogeneity. In: **Systems Practice**, 5 (4), 1992, pp. 379-393.
- LAZAR, M.; MATARD-BONUCCI, A. **Il libro degli anni di piombo**. Storia e memoria del terrorismo italiano. Milano: Rizzoli, 2010.
- LOCATELLI, L. **Indicações Geográficas - A Proteção Jurídica Sob a Perspectiva do Desenvolvimento Econômico**. Curitiba: Juruá, 2007.
- LÖWY, M. **Marxismo e Teologia da Libertação**. São Paulo: Ed. Cortez, 1991.
- MAGNAGHI, A. (a cura di). **Il territorio bene comune**. Firenze: Firenze University Press, 2012.
- MAGGI, M. (a cura di). **Ecomusei**. Guida europea. Torino: Allemandi, 2002.
- MAINWARING, S. **A Igreja e a Política no Brasil (1916-1985)**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- MARCATO, C. **Friuli-Venezia Giulia**, Roma-Bari: Laterza, 2001.
- MARCILHAC, V. Qualité, terroirs : la voie de la Slow Food ? In: MORINIAUX, V. **Nourrir les hommes**. 2009, pp. 97-109.
- MARESCOTTI, A. Typical products and rural development: who benefits from Pdo/Pgi recognition?, Paper presented at "Food Quality Products in the Advent of the 21st Century: Production, Demand and Public Policy", 83rd Eaae Seminar, Chania, Greece, 4-7 September 2003.

- MARESCOTTI, A. La dimensione della tipicità dei prodotti agroalimentari. In: ARSIA, **Guida per la valorizzazione dei prodotti alimentari tipici**. Concetti, metodi e strumenti. Manuale ARSIA. Firenze: ARSIA, 2006, pp. 13-20.
- MARIZ, C. L. **Coping with Poverty**. Pentecostals and Christian Base Communities in Brazil. Philadelphia: Temple University Press, 1994.
- MARSDEN, T. Food matters and the matters of food: towards a new food governance ?, In: **Sociologia Ruralis**, 40 (1), 2000, pp. 20-29.
- MASSAFRA, A. **Il Mezzogiorno preunitario**: economia, società e istituzioni. Bari: Edizioni Dedalo, 1988.
- MASSEY, D. **World City**. Cambridge: Polity Press, 2007.
- MAURO, P. Quale sviluppo per le aree interne. In: **Agenzia giornalistica economica d'abruzzo**. Publicado em 4 de novembro de 2003, Disponível em: <<http://www.ageabruzzo.it/2003/11/quale-sviluppo-per-le-aree-interne-16204>>, acesso em: junho 2015.
- MAUSS, M. **Essai sur le don**. Paris: Presses Universitaires de France, 1950. (1. Ed. italiana). Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche. Torino: Einaudi, 1965.
- MAZZAROSA, A. (1846). **Le pratiche della campagna lucchese**. Lucca: Tipografia Giusti, 1846. Ristampa Forni, Bologna, 1977.
- MCADAM, D.; MCCARTHY, J. D.; ZALD, M. N. **Comparative Perspectives on Social Movements: Political Opportunities, Mobilizing Structures, and Cultural Framing**. Cambridge: Cambridge University Press, 1996.
- MCCAMANT, K.; DURRETT, C. **Cohousing: A Contemporary Approach to Housing Ourselves**. Berkeley: Ten Speed Press, 1994.
- MELATTI, J. C. **Ritos de uma tribo Timbira**. São Paulo: Ática, 1978.
- MELATTI, J. C. **Índios Do Brasil**. Brasília: Editora Universidade de Brasília-Hucitec, 1987.
- MELORIO, S. **Cultura di camorra**. Benevento: Edizioni Labrys, 2010.
- MELUCCI, A. The New Social Movements: A Theoretical Approach. In: **Social Science Information**, 19(2): 1980, pp. 199-226.
- MELUCCI, A. An End to Social Movements?. In: **Social Science Information**, 23(4/5): 1984, 819-36.
- MELUCCI, A. The Symbolic Challenge of Contemporary Social Movements. In: **Social Research**, 52(4): 1985, pp. 789-816.
- MELUCCI, A. Social Movements and the Democratization of Everyday Life. In: KEANE, J. (ed.) **Civil Society and the State: New European Perspectives**. London: Verso, 1988a, pp. 245-61.
- MELUCCI, A. Getting Involved: Identity and Mobilization in Social Movements. In: KRIESI, A.; TARROW, S.; KLANDERMANS, B. (eds). **From Structure to Action: Comparing Social Movements Research Across Cultures**. London: JAI Press, 1988b, pp. 329-48.

- MELUCCI, A. **Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society**. Philadelphia, PA: Temple University Press, 1989.
- MICHELI, S. **La Comunità di Capannori, l'organizzazione civile nei secoli XVI-XVIII**. Lucca: Ponte, 1991.
- MICHELI, S. La ricerca storica: indagine bibliografica e documentale. In: ARSIA. **I fagioli della Lucchesia**. Firenze: ARSIA Regione Toscana, 2008, pp.25-44.
- MINISTERO DI AGRICOLTURA, INDUSTRIA E COMMERCIO, Direzione Generale della Statistica. **Annuario Statistico Italiano 1887-1888**. Roma: Ministero di Agricoltura, Industria e Commercio, 1888.
- MONTANARI, M. **La fame e l'abbondanza**. Storia dell'alimentazione in Europa. Bari: Laterza, 1993.
- MONTANARI, M. **Il cibo come cultura**. Bari: Laterza, 2004.
- MONTERO, M. Indefinición y contradicciones de algunos conceptos básicos en psicología social. In: MONTERO, M. (Coord.). **Construcción y crítica de la psicología social**. Barcelona: Anthropos, 1994.
- MONTERO, M. **Teoría y práctica de la psicología comunitaria: la tensión entre comunidad y sociedad**. Buenos Aires: Paidós, 2003.
- MORETTO, S. P. Araucária: Símbolo de uma Era - o Parque Nacional das Araucárias e a Estação Ecológica da Mata Preta. In: **Anais da 6ª Semana de Ensino, Pesquisa e Extensão**, Universidade Federal de Santa Catarina, 16 a 19 de maio de 2007.
- MORIN, E. **L'Intelligence de la complexité**, (avec Jean-Louis Le Moigne). Paris: Éd. l'Harmattan, 1999a.
- MORIN, E. **La Tête bien faite**. Paris: Le Seuil, 1999b.
- MORIN, E. **Les Sept savoirs nécessaires à l'éducation du futur**. Paris: Le Seuil, 2000.
- MORIN, E. **Pour une politique de civilisation**. Paris: Arléa, 2002.
- MORIN, E. **Éduquer pour l'ère planétaire, la pensée complexe comme méthode d'apprentissage dans l'erreur et l'incertitude humaine** (avec Raul Motta, Émilio-Roger Ciurana). Paris: Balland, 2003.
- MORIN, E. **Pour Entrer dans le xxie siècle, réédition de Pour sortir du xxe siècle publié en 1981**. Paris: Le Seuil, 2004.
- MORIN, E. **L'an I de l'ère écologique** (avec la collaboration de Nicolas Hulot). Paris: Tallandier, 2007.
- MORRIS, W. The Decorative Arts. Conferência pública de 12 de abril de 1877. In: **The Selected Writings of William Morris**. London: Lawrence & Wishart, 1979.
- MOUFFE, C. Toward a Theoretical Interpretation of "New Social Movements". In: HANNINEN, S.; PALDÁN, S. (eds). **Rethinking Marx**. Berlin: Argument-Verlag, 1984, pp. 139-44.

- MOUFFE, C. Radical Democracy: Modern or Postmodern?. In: ROSS, A. (ed.) **Universal Abandon?** The Politics of Postmodernism. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1988, pp. 31-45.
- MUTTI, A. **Capitale sociale e sviluppo**. La fiducia come risorsa. Bologna: il Mulino, 1998.
- NOCIFORA, E. **Mafia, 'ndrangheta & camorra**. Roma: EL, 1982.
- OMOTO, A.M.; SNYDER, M. Sustained helping without obligation: motivation: longevity of service, and perceived attitude change among AIDS volunteers. In: **Journal of personality and social psychology**, vol.68, n. 4, 1995, pp.671-686.
- ORAZI, F. (a cura di). **aDESso**. Economie solidali e cittadini consapevoli. Ancona: Ed. Cattedrale, 2011.
- OSTROM, E. **Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action**. Cambridge University Press, 1990.
- OSTROM, E.; HESS, C. (eds.). **Understanding Knowledge as a Commons: From Theory to Practice**, Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2006.
- OSTROM, E.; GARDNER, R.; WALKER, J. (eds.). **Rules, Games, and Common Pool Resources**. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1994.
- OTOBELLI, D. **Indicações Geográficas brasileiras**. Artigo publicado em 22/10/2014, disponível em: <<http://www.bonvivant.com.br/vinhos/indicacoes-geograficas-brasileiras/>>, acesso em: novembro 2014.
- PACCIANI, A.; BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A.; SCARAMUZZI, S. Strategie di valorizzazione dei prodotti tipici e sviluppo rurale: il ruolo delle denominazioni geografiche. In : ARZENI, A. ; ESPOSTI, R.; SOTTE, F. (a cura di) **Politiche di sviluppo rurale tra programmazione e valutazione**. Milano: Franco Angeli, 2003, pp.235-264.
- PALIOTTI, V. **La camorra**. Storia, personaggi, riti della bella società napoletana dalle origini a oggi. Milano: Bietti, Caleidoscopio, 1973.
- PALIOTTI, V. **Storia della camorra**. Roma: Newton Compton Editori, 2002.
- PANTINI, D. Lo strumento Dop e Igp: utilità, punti di forza e principali criticità. In: **Atti Convegno Istat-Nomisma, "Dop e Igp: i numeri della qualità"**, Sana 2008, Bologna, 12 settembre, 2008. Publicação disponível em: <<http://www.istat.it/it/files/2011/01/pantini.pdf>>, acesso em: novembro 2014.
- PECQUEUR, B. Qualité et développement territorial : l'hypothèse du panier des biens et de services territorialisés. In: **Economie Rurale**, n° 261, 2001, pp. 37-49.
- PECQUEUR, B. Le tournant territorial de l'économie globale. In: **Espaces et Sociétés**, n° 124-125, 2006, pp. 17-32.
- PERNA, T. **Fair Trade**. La sfida al mercato mondiale. Torino: Bollati Boringhieri, 1998.
- PERROTTA, C.; SUNNA, C. (a cura di). **L'arretratezza del Mezzogiorno**. Le idee, l'economia, la storia. Milano: Mondadori, 2012.
- PETRINI, C. **Buono, pulito e giusto**. Principi di nuova gastronomia. Torino: Einaudi, 2005. (Ed. brasileira). **Slow Food: princípios de nova gastronomia**. São Paulo: Editora Senac, 2009.

- PETRINI, C. **Cibo e libertà**. Slow Food: storie di gastronomia per la liberazione. Milano, Bra: Giunti, Slow Food Editore, 2013.
- PETRINI, C.; PADOVANI, G. **Slow Food Revolution**. Milano: Rizzoli, 2005.
- PEYRACHE-GADEAU, V. Ressources territoriales - milieux Innovateurs, variation des durabilités des territoires. In: **Montagnes Méditerranéennes**, n° 20, 2004, pp. 7-19.
- PICCIN, L. **Valorisation des produits agricoles du terroir et dynamiques territoriales en France et en Italie: le role de Slow Food**. Mémoire présenté en vue de l'obtention du : Master 1 Recherche option Acteurs Développement et Nouvelles Territorialités, Université Paul Valéry Montpellier III, 2010.
- PIRES, P. T. L. Alternativas jurídicas e financeiras para o uso sustentável das unidades de conservação no bioma florestal com araucária. In: **Jus Navigandi**, v. 5, 2003, p. 1-6.
- PIRES, P. T. L. A Tutela Jurídica das Florestas Paranaenses. In: **Revista Dataveni@ (UEPB)**, v. 8, 2004, p. 73.
- PIRES, P. T. L. Alternativas jurídicas para a proteção das florestas de araucária. In: **Universo Jurídico**, v. 1, 2006, p. 27.
- PILATI, L.; FLAIM, R. Il ruolo dei marchi collettivi in agricoltura. In: **Rivista di Economia Agraria**, 44(3), 1994, pp. 491-512.
- PITTE, J. R. La géographie du goût, entre mondialisation et enracinement. In: **Annales de géographie**, 621, 2001.
- POLANYI, K. **The Great Transformation**. Boston: Beacon Press, 1944.
- POLLAN, M. **The Omnivore's Dilemma**. A Natural History of four Meals. USA: Penguin Press, 2006.
- POLLAN, M. **In Defense of Food**. An Eater's Manifesto. USA: Penguin Press, 2008.
- PNUMA. **Campeões da Terra 2013 premia visionários do meio ambiente**. 18 de setembro de 2013. Comunicado disponível em: <http://www.pnuma.org.br/comunicados_detalhar.php?id_comunicados=259>, acesso em: novembro 2014.
- PUGLIELLI, E. **L'autoeducazione del maestro**. Pensiero e vita di Umberto Postiglione (1893-1924). Chieti: Centro Studi Libertari "Camillo Di Sciuillo", 2006.
- PUTNAM, R. D. **Making Democracy Work**: Civic Traditions in Modern Italy. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1993. (Ed. italiana). La tradizione civica delle regioni italiane. Milano: Mondadori, 1997. (Ed. brasileira). Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna. Tradução para o português de Luiz Alberto Monjardim. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2. ed., 2000.
- PUTNAM, R. D. **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**. New York: Simon & Schuster, 2000. (Ed. italiana). Capitale sociale e individualismo. Crisi e rinascita della cultura civica in America. Bologna: il Mulino, 2004.
- RABITTI, P. **Ecoballe**. Reggio Emilia: Aliberti, 2008.

- RANGNEKAR, D. The Socio-Economics of Geographical Indications. A Review of Empirical Evidence from Europe. In: **Unctad-Ictsd Project on Iprs and Sustainable Development**, Issue Paper No.8, 2004.
- REGIONE TOSCANA. Legge Regionale n. 64 del 16 novembre 2004. Tutela e valorizzazione del patrimonio di razze e varietà locali di interesse agrario, zootecnico e forestale. In: **B.U.R. TOSCANA n. 46 del 24 novembre 2004**. Testo disponibile em: <http://www.ambientediritto.it/Legislazione/Fauna%20e%20Flora/2004/toskana%20r2004_n.64.htm>, accesso em: abril 2015.
- RES - Tavolo per la Rete italiana di economia solidale. **Il capitale delle relazioni**. Come creare e organizzare gruppi d'acquisto e altre reti di economia solidale, in cinquanta storie esemplari. Roma: Altreconomia, 2010.
- REVELLI, M. Movimenti sociali e spazio politico. In: **Storia dell'Italia repubblicana**. Vol. II, La trasformazione dell'Italia: sviluppo e squilibri, t. 2, Istituzioni, movimenti, culture. Torino: Einaudi, 1995.
- RITZER, J. **Il mondo alla Mc Donald's**. Bologna: il Mulino, 1996.
- RIZZI, P. **Sviluppo locale e capitale sociale**: il caso delle regioni italiane. Piacenza: Laboratorio di Economia Locale - Facoltà di economia, Università Cattolica di Piacenza, 2003. Artigo disponibile em: <http://dipartimenti.unicatt.it/dises-wp_rossa_04_13.pdf>, accesso em: julho 2015.
- ROCCHI, B.; ROMANO, D. (a cura di). **Tipicamente buono**. Concezioni di qualità lungo la filiera dei prodotti agroalimentari in Toscana. Milano: Franco Angeli, 2006.
- RUSSO, F.; SERAO, E. **La camorra**. Origini, usi, costumi e riti dell'annorata soggiet . Napoli: Ferdinando Bideri, 1907.
- RUTA, C. **Narcoeconomy**. Business e mafie che non conoscono crisi. Roma: Castelvecchi Editore, 2011.
- SAGE, C. Quality in Alternative Food Networks: Conventions, Regulations and Governance. In: **International Seminar "Policies, Governance and Innovation for Rural Areas"**, Universit  della Calabria, Arcavacata di Rende, 21-23 November 2003.
- SALARIS, C.; ECHAURREN, P. **Controcultura in Italia 1967-1977**. Torino: Bollati Boringhieri, 1999.
- SALES, I. **La camorra, le camorre**. Roma: Editori Riuniti, 1988.
- SALVADORI, M. **Il mito del buongoverno**. La questione meridionale da Cavour a Gramsci. Torino: Einaudi, (1. ed., 1960), 1976.
- SALVAGGILO, G. In papa Francesco un alleato di Slow Food in Vaticano. **La Stampa online**, 2/03/2014. Artigo publicado em: <<http://vaticaninsider.lastampa.it/news/dettaglio-articolo/articolo/francesco-francisco-francisco-petrini-32425/>>, accesso em: dezembro 2014.
- SARACENO, P. **Studi sulla questione meridionale**. 1965-1975. Bologna: il Mulino, 1992.
- SAROLDI, A. **Costruire economie solidali**. Bologna: EMI, 2003.

- SASSATELLI, R. The Political Morality of Food. In: HARVEY, M.; WARDE, A. **Quality of Food**. Manchester: Manchester University Press, 2004, p. 363.
- SASSATELLI, R. Critical Consumerism: Virtue, Responsibility, and Consumer Choice. In: BREWER, J.; TRENTMANN, F. (Eds.) **Consuming Cultures**. Oxford: Berg, 2007, p. 219-250.
- SAVIANO, R. **Gomorra**. Viaggio nell'impero economico e nel sogno di dominio della camorra. Milano: Mondadori, 2006.
- SCHUMACHER, E. F. **Small is beautiful**. Economics As If People Mattered. London: Blond & Briggs, 1973.
- SCITOVSKY, T. **The Joyless Economy**. An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction. New York: Oxford University Press, 1976.
- SCITOVSKY, T. **Human Desire and Economic Satisfaction**: Essays on the frontiers of economics. New York: New York University Press, 1986.
- SEN, A. **On Ethics and Economics**. Oxford: Blackwell, 1991.
- SERAIO, E. **La camorra**. Napoli: Imagaenaria, 2009.
- SESSA, C. I beni relazionali nelle province italiane. Una metodologia di misurazione. In: **Economia e Lavoro**, 2, 1998, pp. 21- 48.
- SINGER, P.; MASON, J. **The Way We Eat**. Why our Food Choices Matter. New York: Rodale Press, 2006. (Ed. italiana). Come mangiamo. Le conseguenze etiche delle nostre scelte alimentari. Milano: il Saggiatore, 2007.
- SLOW FOOD. **L'Italia dei Presidi**. Guida ai prodotti da salvare. Bra: Slow Food Editore, 2004.
- SLOW FOOD. **Fortaleza da Castanha de Baru**. Fortalezas Slow Food no Brasil. Publicado em 11 de julho de 2007 em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/fortalezas/fortalezas-no-brasil/106-fortaleza-da-castanha-de-baru>>, acesso em: maio 2015.
- SLOW FOOD. **Bem-vindos ao nosso mundo**. O manual. Bra (Cn): Slow Food, 2008.
- SLOW FOOD, Fondazione Slow Food per la Biodiversità ONLUS. **Bilancio sociale 2011**. Bra (Cn), Firenze: 2011.
- SLOW FOOD. **Bem-vindos ao nosso mundo**. O manual. Bra (Cn): Slow Food, 2013.
- SLOW FOOD. **In Africa Slow Food non sta facendo solo una serie di orti, sta promuovendo un'idea di agricoltura**, 10/06/2014. Artigo disponível em: <<http://www.slowfood.it/in-africa-slow-food-non-sta-facendo-solo-una-serie-di-orti-sta-promuovendo-unidea-di-agricoltura/>>, acesso em: dezembro 2014.
- SLOW FOOD BRASIL. **Pinhão da Serra Catarinense**. Fortalezas Slow Food no Brasil. Publicado em 21 julho 2008 em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/fortalezas/fortalezas-no-brasil/231-fortaleza-do-pinhao-da-serra-catarinense>> acesso em: maio 2015.
- SLOW FOOD BRASIL. **2014, ano da Agricultura Familiar, abre novas perspectivas na colaboração entre FAO e Slow Food**. Publicado em Segunda, 16 Dezembro 2013. Artigo disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/imprensa/723-2014-ano-da-agricultura-familiar-abre-novas-perspectivas-na-colaboracao-entre-fao-e-slow-food>>, acesso em: dezembro 2014.

- SLOW FOOD, FUNDAÇÃO SLOW FOOD PARA A BIODIVERSIDADE I **Presidi Slow Food in Europa**, un modello di sostenibilita. Valutazione dei risultati socioculturali, agroambientali ed economici - 2000-2012. s.l., s.d. Publicado em:
<<http://www.slowfood.com/sloueuropa/wp-content/uploads/Ricerca-presidi-Europa-ITA.pdf>>, acesso em fevereiro 2015.
- SOJA, E. W. **Postmetropolis: Critical Studies of Cities and Regions**. Malden, MA: Blackwell Publishing, 2000.
- SONNINO, R. The power of place: embeddedness and local food systems in Italy and the UK. In: **Anthropology Of Food**, S2, March 2007.
- SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. In: **Journal of Economic Geography**, n° 6, 2006, pp. 181-199.
- SPAGNOLETTI, A. **Storia del Regno delle Due Sicilie**. Bologna: il Mulino, 2008.
- SPITZCOVSKY, D. ONU divulga os Campeões da Terra 2013. Coluna: **Planeta Sustentável**. Publicado em 18/09/2013. Artigo disponível em:
<<http://planetasustentavel.abril.com.br/noticias/campeoes-terra-2013-ganhadores-pnuma-754422.shtml>>, acesso em: novembro 2014.
- STEFANI, G.; ROMANO, D.; CAVICCHI, A. Regione di origine e disponibilità a pagare per prodotti alimentari tipici: un approccio di economia sperimentale applicato a tre prodotti toscani. In: **Rivista di Economia Agraria**, LX, n.1, 2005.
- STEFANI, G.; ROMANO, D.; CAVICCHI, A. Consumer Expectations, Liking and Willingness to Pay for Specialty Foods: Do Sensory Characteristics Tell the Whole Story? In: **Food Quality and Preferences**, n.17, 2006, pp.53-62.
- STIGLITZ, J. Social Absorption Capability and Innovation. In: HO KOO, B.; PERKINS, D. H. (eds.). **Social Capability and Long-Term Economic Growth**. New York: St. Martin's Press, 1995
- SYLVANDER, B.; ALLAIRE, G.; BELLETTI, G.; MARESCOTTI, A.; BARJOLLE, D.; THÉVENOD-MOTTET, E.; TREGAR, A. Qualité, origine et globalisation : justifications générales et contextes nationaux, le cas des Indications Géographiques. In: **Actes du colloque SFER Au nom de la Qualité : quelle(s) qualité(s) demain, pour quelle(s) demande(s) ?**, Clermont-Ferrand, 5-6 octobre 2005, pp. 449-456.
- SYLVANDER, B.; LAGRANGE, L.; MONTICELLI, C. Les signes officiels de qualité et d'origine européens. In: **Economie rurale**, n. 299, 2007, pp. 13-17.
- TÉCHOUEYRES, I.; AMILIEN, V. Produits locaux entre nature et culture : de la ferme voisine au terroir. Entretien avec Laurence Bérard. In: **Anthropology of Food**, 4, S6, may 2005.
- THIEDIG, F.; SYLVANDER, B. Welcome to the club? An economical approach to geographical indications in the European Union. In: **Agrarwirtschaft**, 49 (12), 2000, pp. 428-437.
- TOCQUEVILLE, A.. **Democracy in America**. (ed. orig. 1835). (ed. 1969) Edited by J.P. Mayer and translated by George Lawrence. Garden City, New York: Anchor Books, 1969.
- TONIETTO, J.; ZANUS, M. **Indicações Geográficas de Vinhos Finos do Brasil - Avanços e Projetos em Desenvolvimento**. s.l., 2007a. Artigo de mídia disponibilizado no site da Embrapa Uva e Vinho, disponível em:

<http://www.cnpqv.embrapa.br/publica/artigos/ig_leis_avancos_projetos.pdf>, acesso em: novembro 2014.

- TONIETTO, J.; ZANUS, M. (). **Indicações Geográficas de Vinhos Finos do Brasil** - Leis e Normativas para Reconhecimento. Bom Vivant, Flores da Cunha, Ano 8, n. 100, p. 28, junho 2007b.
- TORRE, A. Les AOC sont elles des clubs? Réflexions sur les conditions de l'action collective localisée, entre coopération et règles formelles. In: **Revue d'économie industrielle**, n.100 (3), 2002, pp. 39-62.
- TORRÉ, A.; FILIPPI, M. **Proximités et changements socio-économiques dans les mondes ruraux**. Éditions Quæ (eBook), 2005.
- TOURAINÉ, A. (1981). **The Voice and the Eye: An Analysis of Social Movements**. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.
- TOURAINÉ, A. **Actores Sociales y Sistemas Políticos en América Latina**. Santiago: PREALC/ OIT, 1987.
- TOURAINÉ, A. **The Return of the Actor**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1988.
- TRIGILIA, C. **Sociologia economica**. Stato, mercato e società nel capitalismo moderno. Bologna: il Mulino, 1998.
- TURCHI, R.; LAZZAROTTO, C.; BARTOLI, M. L'ARSIA e il progetto "Recupero e valorizzazione dei fagioli della Lucchesia". In: ARSIA. **I fagioli della Lucchesia**. Firenze: ARSIA Regione Toscana, 2008, pp.9-10.
- UNEP. **Laureate - Inspiration And Action (co-winner)**. Carlo Petrini, Founder of Slow Food, Italy. s.l., 2013. Artigo disponível em: <<http://www.unep.org/champions/laureates/2013/Petrini.asp#sthash.rEJe2meF.dpuf>> acesso em: dezembro 2014.
- UNESCO. The Convention for Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Paris, 17 de outubro de 2003.
- UNIÃO EUROPEIA. Regulamento (UE) n. 1151/2012 do Parlamento Europeu e do Conselho de 21 de novembro de 2012, relativo aos regimes de qualidade dos produtos agrícolas e dos gêneros alimentícios. Disponível em português em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32012R1151>>, acesso em: novembro 2014.
- VAN DER PLOEG, J. D.; RENTING, H.; BRUNORI, G.; KNICKEL, K.; MANNION, J.; MARSDEN, T.; DE ROEST, K.; SEVILLA-GUZMAN, E.; VENTURA, F. Rural development: from practices and policies towards Theory. In: **Sociologia Ruralis**, 40 (4), 2000, pp. 391-408.
- VANDANA SHIVA. **Monocultures of the Mind**: Biodiversity, Biotechnology and Agriculture. New Delhi: Zed Press, 1993.
- VANDANA SHIVA. **Stolen Harvest**. The Hijacking of the Global Food Supply. Cambridge: South End Press, 2000.
- VANELLI, L. **Linguistica friulana**. Padova: Unipress, 2005.
- VAROTTO, M. Montagna e sostenibilità: le terre alte tra fuga e ritorno. In: **Rivista Geografica Italiana**, 107, 2000, pp. 187-205.

- VELLOSO, C. Q. **Indicação Geográfica e Desenvolvimento Territorial Sustentável**: a atuação dos atores sociais nas dinâmicas de desenvolvimento territorial a partir da ligação do produto ao território (um estudo de caso em Urussanga, SC). Florianópolis, 2008 (Dissertação de curso de Mestrado em Agroecossistemas) – Centro de Ciências Agrárias – Universidade Federal de Santa Catarina.
- VERTICCHIO, G. **L'industria alimentare italiana tra il recupero della storia d'impresa e le multinazionali**. Il caso aziendale Birra Peroni S.p.A. Tesi di laurea in Storia Economica e Finanziaria dell'Età Contemporanea. Università degli Studi di Roma Tre, Dipartimento Studi Umanistici, 2013.
- VIESTI, G. **Abolire il Mezzogiorno**. Roma-Bari: Laterza, 2003.
- VIGLIETTI, C. **Il limite del bisogno**. Antropologia economica di Roma arcaica. Bologna: il Mulino, 2011.
- VUYLSTEKE, A.; COLLET, E.; VAN HUYLENBROECK, G.; MORMONT, M. Exclusion of farmers as a consequence of quality certification and standardization. Paper presented at "**Food Quality Products in the Advent of the 21st Century**: Production, Demand and Public Policy", 83rd Eaae Seminar, Chania, Greece, 4-7 September, 2003.
- WALTON, J. **Elites and economic development**. Austin: Institute of Latinamerican Studies, University of Texas, 1977.
- ZAMAGNI, S. Economia civile come forza di civilizzazione per la società italiana. In: DONATI, P. (a cura di) **Rapporto sulla società civile in Italia**. Milano: Mondadori, 1997.
- ZAMAGNI, S. **Gratuità e socialità**: il senso del volontariato, Agenzia per le Organizzazioni Non Lucrative di Utilità Sociale. s.l., 2007a. Artigo disponível em: <<http://www.lascuoladivolontariato.it/wp-content/abstract-Zamagni.pdf>>, acesso em: julho de 2015.
- ZAMAGNI, S. **L'economia del bene comune**. Roma: Città Nuova, 2007b.
- ZAMAGNI, S. **La cooperazione**. Bologna: il Mulino, 2008.
- ZAMAGNI, S.; BRUNI L. (2004). **Economia Civile**. Bologna: il Mulino, 2004.
- ZAMAGNI, S.; BRUNI, L. **Dizionario di economia civile**. Roma: Città Nuova, 2009.
- ZAMAGNI, S.; SACCO, P. **Teoria economica e relazioni interpersonali**. Bologna: il Mulino, 2006.
- ZAMAGNI, V. **Industrializzazione e squilibri regionali in Italia**. Bilancio dell'età giolittiana. Bologna: il Mulino, 1978.
- ZAOUAL, H. **Nova Economia das Iniciativas locais**: uma introdução ao pensamento pós-global. Rio de Janeiro: DP&A; COPPE/UFRJ, 2006.

SITOGRAFIA ESSENCIAL:

Sites oficiais (italianos, brasileiros e internacionais) do Slow Food e de seus projetos principais:

<<http://www.slowfood.it>>, acesso em: janeiro 2013

<<http://www.slowfood.com>>, acesso em: março 2013

<<http://www.slowfood.it/21/slow-food-internazionale>>, acesso em: abril 2013

<www.slowfoodfoundation.com>, acesso em: janeiro 2014

<<http://www.fondazione-slowfood.it>>, acesso em: março 2013

<<http://www.slowfood.it/21/slow-food-internazionale>>, acesso em: outubro 2014

<<http://www.slowfoodbrasil.com/arca-do-gosto>>, acesso em: janeiro 2013

<http://www.fondazione-slowfood.it/pagine/ita/presidi_italia/cerca_presidi.lasso?-id_pg=136>,
acesso em: março 2013

<<http://www.terramadre.info/en/meetings/>>, acesso em: novembro 2014

<<http://www.salonedelgusto.it>>, acesso em: abril 2013

<<http://slowfish.slowfood.it/>>, acesso em: outubro 2014

<<http://cheese.slowfood.it/>>, acesso em: outubro 2014

<<http://www.mercatidellaterra.it>>, acesso em: março 2013 e outubro 2014

<<http://www.mercatidellaterra.it/ita/network/beirut>>, acesso em: abril 2013

<<http://www.mercatidellaterra.it/ita/network/fo%C3%A7a>>, acesso em: abril 2013

<http://www.mercatidellaterra.it/pagine/ita/pagina.lasso?-id_pg=7>, acesso em:
janeiro 2013

<<http://www.earthmarkets.net/>>, acesso em: janeiro 2013

<http://www.earthmarkets.net/pagine/eng/pagina.lasso?-id_pg=7>, acesso em:
janeiro 2013

<<http://www.slowfoodbrasil.com/educacao-do-gosto>>, acesso em: novembro 2014

<<http://www.slowfoodbrasil.com/alianca-de-cozinheiros>>, acesso em: novembro 2014

<<http://www.slowfoodyouthnetwork.org/>>, acesso em: outubro 2014

<<http://www.slowfood.it/litalia-non-vuole-gli-ogm>>, acesso em: dezembro 2014

<<http://www.slowfood.com/sloweurope/it/appello-di-carlo-petrini-sulla-riforma-pac-ai-parlamentari-europei>>, acesso em: dezembro 2014

<<http://www.slowfood.com/landgrabbing>>, acesso em: novembro 2014

<<http://www.slowfoodbrasil.com/educacao-do-gosto/projeto-mil-hortas-na-africa>>,
acesso em: outubro 2014

<http://www.slowfoodfoundation.com/pagine/eng/orti/cerca.lasso?-id_pg=30>,
acesso em: abril 2013

<<http://www.slowfoodbrasil.com/educacao-do-gosto/projeto-mil-hortas-na-africa>>, acesso em: janeiro 2014

<www.fondazione Slow Food.com/it/cosa-facciamo/i-presidi/>, acesso em: janeiro 2015

<http://www.fondazione Slow Food.com/it/presidi-slow-food/fagiolo-dente-di-morto-di-acerra/>>, acesso em: junho 2015

Site da Universidade de Ciências Gastronômicas do Slow Food:

<<http://www.unisg.it>>, acesso em: março 2013

Sites com informações e matérias sobre o apoio manifestado pelo atual pontífice, Francesco, ao movimento Slow Food:

<<http://www.ihu.unisinos.br/noticias/530538-carlo-petrini-um-revolucionario-que- agora-anuncia-um-projeto-junto-ao-papa-francisco>>, acesso em: dezembro 2014

<<http://vaticaninsider.lastampa.it/news/dettaglio-articolo/articolo/francesco-francisco-petrini-32425/>> , acesso em: dezembro 2014

Discurso pronunciado pelo Príncipe Carlo da Inglaterra durante o evento Terra Madre:

<<http://www.tspbi.tenstep.it/eBookPM/Premium/08.04II PrincipeCarloaTerraMadre.htm>> acesso em: outubro 2014

Site oficial da Associação Nacional Slow Food Brasil; informações históricas, dados e configuração do movimento no Brasil (Convívio, universidades parceiras, projetos Fortalezas, Arca do Gosto etc.):

<<http://www.slowfoodbrasil.com/acordo-com-o-governo-brasileiro>>, acesso em: abril 2013

<<http://www.slowfoodbrasil.com/convivium/onde-estamos-convivia-no-brasil>> ,

acesso em: dezembro 2012

<<http://www.slowfoodbrasil.com/universidades>>, acesso em: abril 2013

<<http://www.slowfoodbrasil.com/arca-do-gosto/produtos-do-brasil>>, acesso em: abril 2013

<<http://www.slowfoodbrasil.com/fortalezas/fortalezas-no-brasil>>, acesso em: abril 2013

<<http://terramadre.slowfoodbrasil.com>>, acesso em: abril 2014

<<http://www.slowfoodbrasil.com/rede-jovem-slow-food>>, acesso em: novembro 2014

Notícias sobre o prêmio Slow Food para a Biodiversidade aos Krahôs:

<<http://cerca.unita.it/ARCHIVE/xml/105000/101558.xml?key=staino&first=11&orderby=1&f=fir>>, acesso em: abril 2014

<<http://www.slowfood.it/comunicati-stampa/una-giuria-internazionale-di-700-esperti- assegna-i-premi-speciali-slow-food-per-la-difesa-della-biodiversita>>, acesso em: novembro de 2014

Edição do texto integral de Legislação Brasileira de Acesso a Recursos Genéticos e Repartição de Benefícios, realizada em 2010 pela Embrapa, disponível em:

<<http://www.alice.cnptia.embrapa.br/handle/doc/853985>>;

<<http://www.alice.cnptia.embrapa.br/bitstream/doc/853985/1/LegislacaoAcessoRecursosGeneticosERRATA.pdf>>, acesso em: novembro 2014

Sobre *Car pooling* e *car sharing*:

<http://www.repubblica.it/motori/auto/sezioni/attualita/2012/11/14/news/motori_carpooling-46638874/?ref=search>, acesso em: outubro 2014

<<http://www.automoto.it/news/carpooling-e-boom-di-richieste-in-italia.html>>, acesso em: outubro 2014

Portal do IPAHAN:

<<http://portal.iphan.gov.br>>, acesso em: novembro 2014

Catálogo digital dos bens culturais imateriais italianos cadastrados no sistema do Ministério de Bens e Atividades Culturais:

<<http://iccd.beniculturali.it/paci/paciSito/>>, acesso em: novembro de 2014

Texto integral da Resolução do INPI:

<<http://www.inpi.gov.br/images/stories/ResolucaoIG.pdf>>, acesso em: novembro 2014.

Sobre o programa Bolsa Família:

<<http://www.mds.gov.br/bolsafamilia>>, acesso em: fevereiro 2015

Sobre o Decreto nº 1.946 de 28 de junho de 1996 que cria o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar - PRONAF:

<http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/D1946.htm>, acesso em: fevereiro 2015

Sobre as lojas e o Manifesto do Eataly:

<<http://www.eataly.com/manifesto/>>, acesso em: março 2015

Regulamentos CEE, CE e UE sobre reconhecimento das denominações de origem:

<<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:31992R2081:PT:HTML>>, acesso em: novembro 2014

<<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R0509&from=IT>>, acesso em: novembro 2014

<<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:093:0012:0025:PT:PDF>>;

<<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/?uri=CELEX:32012R1151>>, acesso em: novembro 2014

Site do IRPAA, em ocasião dos 25 anos da Convivência como Semiárido:

<www.irpaa.org/noticias/1040/uaua-realiza-sessao-especial-em-homenagem-aos-25-anos-da-convivencia-com-o-semiarido>, acesso em: março 2015

Notícias sobre a cassação do prefeito de Santa Luzia do Itanhy (SE):

<<http://tre-se.jusbrasil.com.br/noticias/3104956/prefeito-cassado-de-santa-luzia-do-itanhy-se-perde-recorso>> acesso: em março 2015

Site da World Wide Opportunities on Organic Farms-WWOOF:

<www.woof.net>, acesso em: setembro 2015

Site de Gemona del Friuli (Pro-loco):

<http://www.prolocogemona.it/index.php?associazioni>> acesso em: maio de 2015

Site e apresentação da cooperativa Ecoserra (SC):

<<http://www.cooperativaecoserra.com.br/index.php/quemsomos>>, acesso em: maio 2015

Site da rede Ecovida:

<<http://www.ecovida.org.br/>>, acesso em: maio 2015

Site da Central do Cerrado:

<<http://www.centraldocerrado.org.br/apresentacao.html/#more-13>>, acesso em: junho de 2015

Plano Nacional de Promoção das Cadeias de Produtos da Sociobiodiversidade – MMA
Ministério do Desenvolvimento Social e Combate a Fome - MDS:

<<http://www.mma.gov.br/desenvolvimento-rural/sociobiodiversidade>>, acesso em: maio de 2015

<http://www.mda.gov.br/sitemda/sites/sitemda/files/user_arquivos_64/PLANO_NACIONAL_DA_SOCIOBIODIVERSIDADE-_julho-2009.pdf>, acesso em: maio de 2015