

ECONOMIA DE CIRCUITOS CURTOS, DA QUALIDADE E DOS TERRITÓRIOS ÉTNICOS: UMA ANÁLISE DA DINÂMICA PRODUTIVA E MERCANTIL NA ROTA DAS SALAMARIAS - NORTE E NORDESTE DO RS

João Carlos Tedesco¹

Resumo

O texto analisa práticas produtivas de pequenos agricultores familiares no município de Marau – RS, as quais ganham performance mercantil no interior de uma rota turística e gastronômica; objetiva demonstrar processos mercantis materializados em produtos com características étnicas (italianidade) e do patrimônio cultural de grupos sociais, os quais lhe dão sentido, identificação e diferenciação. Por meio de uma pesquisa de campo no interior da Rota das Salamarias, busca-se também discutir sobre o dinamismo de cadeias agroalimentares de circuitos curtos e alguns processos que imprimem concepções de desenvolvimento e multifuncionalidade à agricultura familiar. Conclui-se que fatores da tradição gastronômica, ligados aos processos produtivos de agricultores familiares, podem ser otimizados no interior de processos mercantis locais, gerarem renda e um novo dinamismo à atual performance das pequenas unidades produtivas rurais.

Palavras-chave: agricultura familiar, cadeias agroalimentares, territórios étnicos

¹ Doutor em Ciências Sociais. Professor do Programa e Mestrado em História da Universidade de Passo Fundo - RS, Brasil. E-mail: jctedesco@upf.br

ECONOMICS OF SHORT CIRCUIT, QUALITY AND ETHNIC TERRITORIES: AN ANALYSIS OF PRODUCTIVE AND MARKET DYNAMICS IN “ROTA DAS SALAMARIAS” - NORTH AND NORTHEAST OF RS.

Abstract

The text examines the productive practices of small family farmers in the municipality of Marau - RS, which earn market performance within a tourist and gastronomic route; it aims to demonstrate commercial processes embodied in products with ethnic characteristics (Italianity) and cultural heritage within social groups, which gives meaning, identification and differentiation among them. Through field research within the 'Salamarias Route', the research also discuss the dynamics of the agrifood chains, in short circuits and some processes that print development and multifunctional conceptions to the family agriculture. It is concluded that factors as gastronomic tradition, linked to processes of family farmers, can be optimized processes within local market, generate income and a new dynamism to the current performance of small rural productive units.

Key-words: agrifood chains , ethnic territories, Family agriculture

1. INTRODUÇÃO

O presente texto é uma breve síntese de um projeto de pesquisa em torno do tema, que tem como título: “O futuro do passado: o valor da tradição no meio rural”. Analisando algumas rotas turísticas que envolvem produtores e comerciantes de produtos “da colônia” no norte e nordeste do RS.

As técnicas de pesquisa utilizadas foram entrevistas e contatos diretos com produtores nos locais das rotas, com mediadores da esfera pública municipal, Emater e outras entidades envolvidas (sindicatos de trabalhadores rurais, agências de marketing etc.);¹ elaboramos questionários com perguntas (ou eixos

¹A referida rota possui uma extensão de aproximadamente 15 km; são em torno de 20 unidades familiares envolvidas diretamente; há espaços de comercialização na cidade de Marau, feiras que se desenvolvem semanalmente, bem como espaços de lazer em que são desenvolvidos festejos nos quais os produtos da rota são vendidos. Estivemos em todas as

temáticos) em torno dos vínculos histórico-culturais com alguns produtos, os processos organizativos e de saberes, dinâmicas e estratégias mercantis, festejos comunitários, recursos da natureza como fonte de atração, “vendas casadas” de produtos, dentre outros.¹

Desse modo, nosso objetivo é analisar alguns aspectos de uma experiência de produção e comercialização de produtos denominados “da colônia”, organizada no interior de uma rota turística: a Rota das Salamarias, no município de Marau.² A intenção é demonstrar como determinados processos ligados a fatores considerados pelos sujeitos envolvidos como « da tradição » podem ser dinâmicos em termos produtivos, criar vínculos mercantis, mediações e sociabilidades técnicas e de saberes, bem como produzir uma maior funcionalidade econômica aos agricultores familiares envolvidos.

A região em que a Rota das Salamarias é habitada, em grande parte, por descendentes de imigrantes italianos, tendo poloneses e alemães como outros grupos étnicos de menor presença; é uma região expressiva da dinâmica policultora da agricultura familiar, de topografia montanhosa, a qual sempre exigiu grande presença de mão-de-obra nas atividades agrícolas. Desse modo, alterações nos processos produtivos foram acontecendo, porém, formas que sempre basearam a vida e a identidade dos

unidades familiares conversando com membros das famílias, participamos por dois anos seguidos na Festa Nacional do Salame, a qual é organizada pelos membros da referida rota, enfim, buscamos nos aproximar ao máximo possível de nosso objeto empírico e de nossos sujeitos de pesquisa. As entrevistas foram realizadas diretamente por nós; buscávamos transformar o tempo e o espaço de pesquisa numa dimensão bastante informal, com certa postura etnográfica, anotando e intercambiando processos produtivos e de saberes que são transmitidos no interior do grupo, bem como em suas práticas mercantis diretas nas unidades e/ou em festejos comunitários regionais.

¹ Estivemos, por duas oportunidades, na Universidade de Montpellier e no Cirad, França, para revisar bibliografias, intercambiar ideias com pesquisadores sobre essa dimensão da tradição e dos processos que envolvem o agricultor familiar, as suas sociabilidades técnicas e os circuitos mercantis curtos que esse estrato produtivo revela poder dimensionar.

² O município de Marau possuía (em 2012) em torno de 38 mil habitantes; é um dos que mais cresce na região Nordeste do Rio Grande do Sul em razão da presença de matrizes agroindustriais (Perdigão) e do setor metal-mecânico; sua população no meio rural atinge em torno de 15%; possui uma agricultura com forte característica familiar, com propriedades pequenas, em média, entre 20 a 35 ha.

grupos no meio rural tendem, de uma forma ou de outra, reproduzir-se com redefinições. Por isso que a manutenção de fatores ligados à tradição do cotidiano da vida do agricultor familiar é um elemento de atração e de otimização no interior da referida rota. Os produtos artesanais (vinho, salame, queijos, em particular), a gastronomia (os restaurantes “típicos”, os “cafés coloniais”), o turismo aquático, a venda e visitação da produção de erva-mate, dentre outros, são os pontos de grande expressão.



Figura 1 - Localização do município de Marau no estado do Rio Grande do Sul.

Fonte: elaboração de Cleber Pagliochi.

O pano de fundo de nossa análise é a agricultura familiar; é o seu dinamismo produtivo/mercantil aliado a fatores da tradição dos vividos e reproduzidos como pertencentes a grupos sociais.

Nesse sentido, buscamos reconstituir aspectos que revelam que há uma preservação de agricultores familiares, expressa em práticas empreendedoras com base em produtos e matérias-primas da terra, um conjunto amplo de ações, processos produtivos,

estratégias de pequenas empresas, de grupos em associações, de redes de difusão de conhecimento e de mercantilização dos produtos no meio rural.

Partimos do princípio e como hipótese de que atores territoriais promovem relações econômicas a partir de tradições locais, constroem identificações geográficas pela promoção de produtos típicos, reforçando dimensão *identitária* do produto, como forma de otimizá-lo nas *redes mercantis tradicionais* (CERDAN; VITROLLES, 2008, p. 191). Por isso, há fatores locacionais que se *territorializam* como resultado de estratégias de grupos e sujeitos que se definem na produção de coletividades, organizando, distribuindo e coordenando recursos, comportamentos e ações. Os *territórios étnicos* não se definem unicamente no espaço local; há interações endógenas e exógenas, alocação, incorporação e criação de recursos, os quais se expressam em fatores considerados da “tradição” dos grupos envolvidos, mas em interação e alteridade.

2. O AGRICULTOR FAMILIAR E SUA MULTIFUNCIONALIDADE

A agricultura familiar, em suas múltiplas manifestações em nível de país, ainda que, em grande parte, pressionada pela lógica da racionalidade mercantil capitalista do modelo produtivista (culturas de exportação), encontra formas estratégicas para conservar e/ou reproduzir horizontes de sua tradição cultural e histórica, consegue imprimir tempos passados, absorver horizontes da dinâmica do presente e racionalizar suas ações objetivando maximizar fatores de produção, de mercado e, em último sentido, sua reprodução enquanto unidade produtiva rural, ainda que, de uma forma mais intensa, como pluriativa. A entendemos aqui com um ator coletivo (que envolve, no mínimo, a família em seus elementos centrais produtivos e culturais), que diversifica atividades consideradas produtivas no âmbito da terra e em outros setores, como é o caso dos serviços, do turismo, do meio ambiente, do campo gastronômico e artesanal.

Muitas pesquisas demonstram a *multifuncionalidade* da agricultura familiar, pluriativa ou não, no atual cenário rural/agrícola (CARNEIRO; MALUF, 2010; SCHNEIDER, 1999; CAZELLA; BONNAL; MALUF, 2009; WANDERLEY, 2003; SCHNEIDER; NIEDERLE, 2008), em particular, pelo fato de diversificar produções e atividades, empregar fatores de produção com forte presença de mão-de-obra familiar, interagir em sintonia com o ambiente natural (paisagens, matas, águas etc.), encontrar canais alternativos para a

venda de seus produtos, conservar e dinamizar valores e sociabilidades humanas no seu entorno social.

Na noção de *multifuncionalidade* da agricultura familiar agregam-se várias ações produtivas, técnicas, culturais, sociais, ambientais, territoriais, morais e comerciais, as quais revelam sua importância, estratégias de reprodução e embates sociais e políticos.

Entendemos ser a agricultura familiar uma unidade produtiva e de convivência no meio rural que agrega aspectos da tradição com/na e para a modernidade (essa se manifesta em produtos, em lógicas mercantis, no uso de fatores técnicos, nas culturas alimentares, nas tendências ligadas ao meio ambiente etc.); em algumas circunstâncias uma se evidencia mais do que a outra, porém, não se excluem e/ou se ignoram facilmente; a mesma reproduz interfaces com o urbano, revelando inserções, integrações, peculiaridades históricas, especificidades e diferenciações (WANDERLEY, 2003; SCHNEIDER, 1999).

Muitos agricultores familiares¹, frente aos limites que se impõem, ou continuam se impondo, buscam reduzir custos, utilizar recursos no interior das propriedades, formas diversas de fontes de renda, produzir alimentos revestidos de qualificativos ecológicos, tradicionais, “crioulos”, “coloniais”, artesanais, formas alternativas de consumo, em âmbito local, com a simbologia da qualidade diferenciada; ou seja, lutam para conquistar certa autonomia, renda, desenvolvimento rural, conhecimentos, habilidades na construção de mercados de *circuitos curtos* (PLOEG, 2000), com inovações e diferenciações, redes e estratégias de marketing, apoio público, mediações e assessoriais, confiança junto aos consumidores, com intensas ligações entre o urbano e o rural, entre cadeias produtivas e de conhecimento sócio-técnicos, critérios de qualidade “socialmente construídos” (MARSDEN, 1998).

4. DISCUSSÃO ANALÍTICA: FERRAMENTAS TEÓRICAS

As ferramentas teóricas de nosso estudo giram em torno de noções como patrimônio cultural, saberes tradicionais, coletividades territoriais, culturais e sociotécnicas que atuam num território específico, em redes e inter-relações econômicas, culturais, de

¹ Estamos lidando com a noção de *agricultor familiar* de uma forma ampla, como um sujeito que participa das rotas e dinamiza processos étnicos em sua esfera produtiva e mercantil; não são tanto as performances e diferenciações que nos interessam e, sim, seus dinamismos, suas estratégias, suas racionalidades, seus saberes e intercorrelações externas e entre os próprios membros do grupo.

produção, difusão e aplicação de saberes em produtos considerados “típicos”, levando em conta valores socioeconômicos e culturais como proximidade, reciprocidade, territorialidade, identidade étnica etc. (PECQUEUR; ZIMMERMAN, 2004; PLOEG, 2008; SABOURIN, 2009; CERDAN et al, 2010; FERRARI, 2011).

Daremos ênfase ao fato de que o conhecimento aplicado aos processos produtivos torna-se um processo de *construção coletiva* (MARSDEN; SMITH, 2005) que vai se dando no local, nas práticas mercantis, nas mediações de atores e grupos sociais, nas políticas públicas, nas prestações recíprocas de serviços, nas feiras urbanas, nos festejos étnicos etc.

Na realidade, esses processos revelam constituírem-se em redes de relações, construções sociais de mercado ou de vínculos mercantis que se integram e são dinamizados no horizonte dos pequenos agricultores familiares, que se cruzam/sociabilizam e interagem em seu cotidiano, formando-se e agregando-se a redes de *sociabilidade técnica* (PLOEG, 2006; SABOURIN, 2009), ou seja, de processos que envolvem aprendizagens e saberes que se disseminam pelo grupo, configurando temporalidades intercruzadas aos valores que o tempo presente otimiza, recupera e redimensiona ao seu interesse e otimização mercantil.

Num folder de restaurante da Rota das Salamarias, o qual informa seu cardápio, está escrito: “O sabor da Itália bem perto de você”. Essas identificações translocais e transtemporais tendem a produzir *novos* espaços e *velhos* tempos. Por isso os espaços se *localizam*, há um fator locacional que se territorializa como resultado de estratégias de grupos e sujeitos que se definem na produção e identificação de coletividades, organizando, distribuindo e coordenando recursos, comportamentos e ações, em geral, ao redor de uma mesa, no sabor dos produtos e na transposição temporal imaginária de grupos étnicos. Entendemos que essas dinâmicas revelam sujeitos situados que orientam algumas de suas atividades produtivas e comerciais em correlação com sua performance identitária; porém, como dizem Pecqueur e Zimmermann (2004, p. 17), são locais que funcionam como “modalidade de financiamento do global”, ou seja, que estão em interação com circuitos externos, em inserções múltiplas e sempre captando *externalidades* (tecnologia, gestão, política, pública, *lay-out*, conhecimentos, concorrências, pressões de mercado etc.).

5. A ROTA DAS SALAMARIAS: TERRITÓRIOS ÉTNICOS, REDES E SISTEMAS AGROALIMENTARES

A ideia original da Rota das Salamarias nasceu de alguns proprietários rurais e empreendedores em turismo do município de Marau. A mesma se desenvolve em três comunidades rurais do referido município em razão da presença de estabelecimentos antigos de cultivo e comercialização de uva/vinho, de unidades familiares que sempre desenvolveram a cultura do suíno e a produção de derivados, em particular o salame. Desses interesses e potencialidades, nasceu, em junho de 2008, a Associação Rota das Salamarias com a intenção de viabilizar a ideia de uma rota que pudesse potencializar economia, turismo, cultura e a permanência de unidades e/ou membros na atividade rural/agrícola.

Com o passar desses cinco anos (2008-2013), a Rota das Salamarias constituiu-se num roteiro turístico, gastronômico, mercantil de produtos “coloniais”¹, tendo o município de Marau como seu epicentro, porém, seus vínculos, dinamismos e territorialidades não se esgotam nesse espaço, possuem sinergias com outras regiões, grupos sociais, processos produtivos e intercâmbios mercantis. Segundo seus idealizadores, “é um mundo de autenticidade, refletindo no cotidiano a herança cultural dos antepassados, mantendo seus hábitos e estilos de vida preservados”.² Desse modo, percebe-se que há ênfase na referência cultural de grupos étnicos, busca de identificação com vividos passados de grupos sociais; fala-se, ainda que de uma forma genérica, em preservação e “autenticidade de hábitos e estilos de vida”.³

Na referida rota explora-se turisticamente a natureza (água, matas, montanhas, plantas medicinais, árvores nativas, campos etc.), a gastronomia “típica”, as bebidas (vinhos, licores, chimarrão...), o artesanato em vimes, palhas, madeira, lã, couro etc. No entanto, os produtos de maior expressão são o salame e o vinho. O primeiro dedica sua denominação à referida rota.

Segundo dados da Prefeitura Municipal de Marau, entre 2008 e 2011, a Rota das Salamarias recebeu mais de 15 mil visitantes, vários, inclusive de outros países. A mesma revela ser uma iniciativa que alia políticas públicas, redes de turismo regional e

¹ Folder de propaganda da Rota das Salamarias, do Festival Nacional do Salame e da 24ª Festa Italiana de Marau, essa em junho e julho de 2012.

² Para uma análise mais detalhada, remetemos ao projeto da referida rota, disponível na Secretaria de Turismo da Prefeitura de Marau.

³ Idem.

Em entrevistas com produtores pudemos perceber que houve e continua a haver parcerias com outros roteiros turísticos e de *gastronomia étnica* da região, em particular, a rota do Caminhos de Pedras e a do Vale dos Vinhedos, ambas de Bento Gonçalves. A intenção dessa prática é de “trocar idéias e experiências, participar de palestras, capacitar empreendedores”, relata em entrevista um membro da Rota das Salamarias.



Figura 3 - Visitações de membros da Rota das Salamarias em outras experiências mercantis de agrupamentos de produtores rurais na Região Colonial do RS, processo esse que revela difusão, intercâmbio e produção coletiva de conhecimentos.

Fonte: Material disponível no site na Rota.

Um dos entrevistados relatou que os intercâmbios “são bons, aprendemos coisas novas dos produtos, mas como aproveitar melhor a natureza linda que temos e que nunca foi valorizada”. Outro interlocutor comentou que, “na questão ambiental, a Rota trouxe mudanças no conceito de preservação e manejo dos recursos naturais, no embelezamento das propriedades, na preservação da vegetação original e a existente”. Esse processo viabilizou a reconstituição de saberes, a identificação com paisagens “antigas” e formatos de vida no meio rural com certo equilíbrio na relação homem-natureza. Um dos entrevistados insistiu na questão da

preservação ambiental como forma também de otimizar fatores econômicos no campo do turismo: “nos convencemos de que preservar também dá lucro, além de ser necessário para as outras gerações; chega de derrubar como fizemos nos anos 70, com a soja, né; isso foi um desastre”. O mesmo explora fatores naturais (matas, queda e fonte de água, animais nativos etc.) de sua propriedade como forma “de atrair os turistas e eles também compram outros produtos, principalmente a erva mate”.

Nesse sentido, percebeu-se uma redução de culturas convencionais de grãos (ainda que muitos dos produtores continuem com a atividade da cultura da soja), buscando adentrar para culturas tradicionais, com intensa correlação com a natureza. “Se não der para fazer bem como deveria ser; não é fácil porque ainda temos os costumes dos venenos, aos poucos, vamos encontrando outros meios; eu mesmo recuperei todo o parreiral com adubo orgânico; o pessoal quer que a gente seja diferente, isso é o atrativo”. (Membro da referida rota entrevistado).

Essas correlações revelam intensa imbricação de estratégias que são adotadas por pequenos agricultores, os quais encontram formas de promover identidades culturais, dinâmicas de desenvolvimento territorial/local, com atores e produtos *locais* (CERDAN; MARTIN DE SOUZA; FLORES, 2008). Como diz Sabourin (2006), ainda que de uma forma seletiva na apropriação identitária local, esse processo faz com que atores sociais otimizem e inventem *potencialidades territoriais*, tenham clareza dos limites dos mesmos, reforcem laços culturais locais de pertencimento ao próprio território; ou seja, são do território e, fora dele, perdem boa parte de sua característica (PECQUEUR, 2008). Nesse sentido, um assessor da referida rota, em entrevista, informou que,

“Hoje tu precisa se definir para se diferenciar; esse é o mercado; ele exige isso. Por isso que na rota [das Salamarias], orientamos o pessoal para o diferencial, para produtos deles, com a marca da qualidade e da tradição; eles encontram no dia-a-dia deles aquilo que se fazia e se comia antigamente; é isso que nós queremos; que volte o porão com o cesto de pão, o salame e o vinho, ovos e o toucinho [...], com os produtos conseguidos por lá mesmo”.

A diferenciação mencionada advém com intercâmbios, aprendizagens, redefinição de processos, rituais coletivos que agregam pertencimentos e identidades grupais. Nas narrativas de entrevistados, eram comuns as informações de que o contato com

outros grupos de outras rotas “ajudam na preservação da agricultura familiar”, “auxiliam também na sustentabilidade nossa, da propriedade”, “não se aprende só como fazer as coisas melhor, mas como preservar”; “a qualificação nos ajuda pra oferecer produtos mais seguros, valorizar eles mais, né”, “nós temos de ser tradicionais nos produtos, como os de antigamente, né, mas também sejam bem sadios”. Os interlocutores demonstram ter claro que há concorrências no processo, que há necessidade de estratégias de diferenciação dos produtos, mesmo em âmbito local, que necessitam aproximar produtores e consumidores num diálogo de intercâmbio de conhecimentos e de informações, que são importantes as lógicas organizacionais e técnicas, mas, também, a empatia entre produtores e o seu ambiente que os identifica.

O cotidiano da vizinhança, dos auxílios e mediações técnicas, de membros que fazem cursos externos, passa a ser uma prática de transmissão sociocultural, profissional, de valores e crenças, no intercâmbio e nas ações comuns (de feirantes, de membros de uma rota turística, gastronômica e étnica). Desse modo, o conhecimento passa a ser coletivo, gerado pela articulação de grupos, redes e organizações mediadoras, produzindo produtos e processos técnicos, muitas vezes, de dimensão local.

Vimos que há interações de produtores e de conhecimentos em vários momentos e situações; os festejos auxiliam para isso, as mostras, as feiras etc., tudo isso promove formas de intercambiar e de aprender; as visitas que um faz à propriedade do outro, os auxílios na colheita da uva, os encontros dominicais nas comunidades etc., são oportunidade de trocas não-materiais. Enfim, podemos perceber que há criação de recursos, mobilização de saberes nos *dispositivos cognitivos do território* (PECQUEUR, 1996, p. 20).

6. TERRITÓRIOS, DESENVOLVIMENTO LOCAL, AGROINDÚSTRIAS FAMILIARES

Noções como sustentabilidade, patrimônio cultural, preservação ambiental, saberes impressos no artesanato, gastronomia e festejos, como informou um jornalista de um jornal de Marau, “pegam bem hoje e, são explorados aqui”, fazem parte de seu conteúdo central e ganham respaldo na opinião pública e são muito dimensionados nos veículos de propaganda. Os festejos estão nesse horizonte da publicização étnica e são promovidos para dinamizar a referida rota, enquadrá-la num horizonte mais amplo da gastronomia *italiana*. Uma das expressões é a Festa Nacional do

Salame, a qual reconstitui na região uma longa trajetória de confecção do referido produto, sua ligação com antigos frigoríficos locais e com a cultura italiana dos descendentes de imigrantes italianos da região. Junto ao salame estão outros horizontes da gastronomia identificada como de “cultura italiana”, como é o caso do vinho, graspa, as massas etc. A Festa Itálica de Marau já está em sua 25ª edição e reúne grande número de pessoas. As festas passam a ser momentos importantes de trocas econômicas e de uma *economia cultural* (CERDAN; VITROLLES, 2008), de dinamismo relacional entre famílias, reafirmações de sociabilidades, em que a cultura popular, através da comilança, das danças e cantorias se ritualiza. As festas, portanto, resultam de iniciativas coletivas e, com isso, dão identidade aos territórios, valorização de mercado “aos nossos produtos”, sentimento de pertencimento, pois, os atores buscam encontrar recursos no território para melhorar qualidade, a identificação do produto com o local, recursos esses, muitos deles, produzidos e mobilizados por atores em interação com seu meio; são oportunidades para integrar, renovar, inovar, reconstituir valores e saberes (CERDAN; FOURNIER, 2007; FERRARI, 2011).

A diversificação das cadeias agroalimentares dimensiona processos mais horizontalizados envolvendo culturas e valores do local, organiza-se em pequenas agroindústrias familiares e de mercados regionais (MARSDEN, 2004). As cadeias curtas se expressam objetivamente pelas vendas diretas, nas feiras, nas casas, nas cantinas, nas rotas, nos restaurantes locais, nas escolas; as mesmas alimentam-se, como vimos, pela tipicidade (“distinção”) em relação a grupos étnicos, ao “modo de fazer” e ao *quality-food* (MARSDEN, 2004). A importância da localidade revela-se nos fenômenos microssociais, nas redes sociais, nos elementos simbólicos que compõem os alimentos (valor cultural agregado, ecológico, *étnico* etc.), nas interações sociais entre os vários atores (em particular, produtores e consumidores), na confiança nas relações sociais (GRANOVETTER, 1985; 1994).

Nesse sentido, vimos que, em algumas propriedades, são possíveis alguns passeios de carroças, bem como interagir com produtores na confecção de determinados produtos em demonstrações de colheita da uva, de poda de árvores frutíferas, de produção agro-ecológica e artesanal em várias modalidades e matérias-primas. A erva-mate é, nesse sentido, de grande expressão e interesse no campo turístico. A mesma é desenvolvida com mais intensidade em uma das propriedades, a qual dinamiza esse ofício há mais de 50 anos, com técnicas de produção artesanal, perpassando gerações.

Para promover a ligação mais efetiva entre a produção e a comercialização, além de feiras e de vendas diretas nas propriedades e/ou encomendas, há um centro de vendas de produtos da referida rota, denominado de Cantina da Terra, logisticamente situado na margem da RS 324, no interior do perímetro urbano de Marau.



Figura 4 - Cantina da Terra, em Marau; seu acervo de oferta, em sua grande maioria, são produtos da agroindústria familiar local e regional, mas principalmente da Rota das Salamarias.

Fonte: pesquisa de campo.

Nas rotas com identificação de uma *territorialidade étnica* (com forte preponderância para o grupo de descendentes de italianos), há uma intensa busca de valorização de patrimônios, saberes étnicos, normas coletivas de qualidade, responsabilidades grupais no atendimento, na performance e qualidade dos produtos. Nesses horizontes relacionais, as lógicas econômicas necessitam de sentidos sociais e culturais e, esses, são construídos por grupos sociais ao longo de sua história; porém, não há dúvida que a lógica da racionalidade das trocas capitalistas não se baseia e nem desenvolve esses valores humanos e sociais (SABOURIN; 2001; 2009), mas, ao mesmo tempo, não os ignora; são processos relacionais, que implicam negociações, princípios que são lançados e que podem se excluir, como se complementar.

Nesse sentido, insistimos no fato de que o desenvolvimento local agrega-se ao patrimônio cultural e, ambos, revelam-se no

horizonte das paisagens, das festas (em geral, étnicas, de comunidades rurais e urbanas e de famílias, essas centradas em alguma árvore genealógica e de cunho étnico), nas exposições urbanas e rurais de artesanato, nos restaurantes no meio rural, nos dialetos, nas edificações de moradia, dentre outras. Vimos vários locais de expressão da “gastronomia étnica” em comunidades de maior pertencimento de descendentes de poloneses, italianos, holandeses e alemães, no norte e nordeste do Rio Grande do Sul; ambos passam a se integrar às rotas turísticas regionais e agregar ações na dinâmica de desenvolvimento de *territórios étnicos* e de viabilizar renda às unidades familiares. Nesses horizontes, agregam-se modernidade com tradição, atividades produtivas que adentram por canais convencionais de dinamismo comercial.

Nessa questão de territorialização, vimos que há uma re-elaboração dos produtores na sua relação com a natureza, revalorizam-se as matas, (caminha-se por entre as mesmas como espaço de lazer e de turismo), revigoram-se os poteiros, o adubo orgânico, a criação de “bichinhos” (coelhos, porcos da Índia, galinhas caipiras etc.), aumentando, com isso, o valor agregado à própria natureza em termos comerciais e simbólicos; “é um atrativo aqui, o pessoal anda de carroça no meio das lavouras, toma banho de rio, anda de cavalo, pode até tirar leite”. Isso tende a *reterritorializar identidades* de grupos, recampesinizar agricultores que estavam, por várias décadas, envolvidos com culturas “de muito gasto”, com agricultura convencional, com dimensões de destruição da natureza em vez de sua conservação e otimização “do jeito que ela é, né”.

A confecção de produtos conhecidos como “colonial” ou “da colônia” sempre fez parte das estratégias de sobrevivência no meio rural, no ramo agrícola, na definição de identidades de gênero e obrigações (afazeres) no interior das famílias de agricultores. Esse processo está hoje contribuindo para recompor formas de organização da vida e ressignificar tradições e etnias. Um proprietário familiar relata que “quem vem comprar vinho, leva o queijo, o salame, a ricota, doces que fizemos com leite, mel, bolos e um monte de outras coisas, tudo artesanal; é nós aqui mesmo que fizemos”. Vários produtores enfatizam essa sinergia entre produtos, com a dinâmica mercantil “casada” (vinho, queijo, salame), incentivada e dimensionada em sua *etnicidade* nos territórios de sua identificação.

Alguns dados revelam o aumento na produção de alguns produtos que compõem a Rota das Salamarias:

Quadro 1 - Ilustrativo do volume de produção de alguns produtos da referida rota – 2008-2010.

Produto	2008	2009	2010
Salame	12.480 kg	15.600 kg	19.200 kg
Erva-mate	14.300 kg	16.100 kg	22.400 kg
Vinho	15.000 litros	25.000 litros	35.000 litros
Suco de Uva	300 litros	500 litros	1.200 litros
Mel	600 litros	850 litros	1.050 litros
Compotas	329 vidros	859 vidros	1.560 vidros

Fonte: Secretaria Municipal de Indústria e Comércio de Marau (2011).

Vimos que algumas agroindústrias exercem atividades concomitantes a outras atividades agrícolas; não dá para vê-las separadas na vida do pequeno agricultor familiar; essa é uma característica bem expressiva. Muitas agroindústrias “caseiras” atuam de uma forma intermitente, outras são mais aleatórias e sazonais. Na realidade, ambas as características dependem de alguns fatores interligados e/ou não, tais como preço de mercado, quem os consome, infra-estrutura, força de trabalho, ganhos financeiros, tempo disponível, ajudas internas e externas, fiscalização ou liberação, dinheiro para investir, sazonalidades agrícolas e de atividades produtivas. “Aqui na minha fabriqueta, é só quando a cana tá em ponto, depois se pára; daria pra conservar a cana na roça, mas não fica boa; o bom seria ver um suco de cana bem gelado no verão né!”, informa um produtor que faz cachaça, vinho e derivados outros da cana, na Rota das Salamarias.



Figura 5 - A parte de frente da cachaçaria e agroindústria de produtos derivados da cana e da uva no interior da Rota das Salamarias; a construção conserva características da habitação antiga da família que, segundo o proprietário, é uma réplica da casa que seu avô possuía “antigamente na Itália”.

Fonte: pesquisa de campo.

Voltamos a insistir que, no caso em questão dos agricultores familiares que compõem a referida rota, os mercados passam a ser construídos por atores sociais (SABOURIN, 2001), produzindo redes informais, cadeias alimentares com dimensões curtas, enraizadas em territórios locais, numa dinâmica produtiva mercantil, que envolve formas, ao mesmo tempo, individualizada e associativa. O pertencimento, a proximidade (os *circuitos curtos*), as agroindústrias caseiras, os produtos que fazem parte da denominada *economia da qualidade* (WILKINSON, 2008) dão o tom dessa construção social em que os pequenos agricultores também são atores centrais. Se os mercados são construções sociais, a gastronomia, o alimento saudável, os hábitos alimentares, também o são, acrescidos do horizonte cultural, dos grupos em territórios (“o local de procedência”). Os “alimentos locais” e/ou regionais são vistos como contraposição aos padronizados, aos “que se compra nos mercados”, aos malefícios da produção industrial, aos

estandardizados; nesse sentido, desenvolvem-se simbologias, valores culturais nos alimentos, conhecimento do passado, interação territorial, identificação de consumidores com produtos, confiança e interpessoalidade (FERRARI, 2011).

A qualidade de *produto específico* (no caso, o salame), só se evidencia quando seu valor e utilidade estiverem no interior de um processo produtivo particular, com seus *conteúdos culturais* (CERDAN; VITROLLES, 2008), os quais dão notoriedade a um produto e são explorados em sua natureza imaterial (saberes, formatos, sentidos, vínculos com determinados consumidores), ganhando atribuição de autenticidade e tipicidade, englobando também fatores naturais e humano-sociais (LERICHE, 2008). As condições e as formas de produzir também resultam de culturas e de histórias.

Os produtos tradicionais, a nostalgia dos “de uma vez”, a *tipicidade* territorial etc., fazem parte do acervo e das estratégias de agricultores familiares da região de estudo; os mesmos possuem esse capital social e humano para as realizar. As noções de confiança (laços sociais próximos, diretos), a aprendizagem, características sociais e as instituições mediadoras legitimadas dão o amparo a essa dimensão da *qualidade*; porém, há horizontes que precisam ser bem elaborados para não cair num *localismo* em oposição a processo globais e que não se sustentam (FERRARI, 2011); ou seja, o local não pode ser naturalizado, não é algo que deva ser considerado automaticamente inerente ao produto; a própria questão do “produto típico” pode variar em razão de contextos, convenções específicas, influências sociais, econômicas e culturais em cada região.

Há processos que revelam a qualidade de um produto como construção social nas relações entre sujeitos e objetos, nos vividos sociais de grupos em espaços específicos construídos e ganham atributos culturais dos territórios. A qualidade torna-se um valor social, algo construído socialmente e compartilhado coletivamente, produto, também de alianças, competitividades, normatividades, culturas etc., ou seja, não é um dado somente a priori, do passado dos sujeitos que ofertam e demandam, mas das alterações e desejos que o tempo atual se encarrega de ressignificar.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A *multifuncionalidade* da agricultura familiar passa também por horizontes que estão em correspondência com a formação de

outra consciência alimentar, produtiva, de saberes, de vínculos com o espaço urbano pelo canal da alimentação e da cultura produtiva.

Vimos em nosso sintético estudo que unidades familiares de produção no meio rural específico buscam agregar valores e, na medida do possível, criar padrões alternativos de produtos em contraposição aos já *estandardizados*, como é o caso do vinho colonial em contra-posição ao industrializado, o pão e a *cuca caseira* em relação “aos da padaria”, a galinha e os ovos caipiras em relação aos “daqueles da Perdigão”, a erva-mate “socada” em contraposição à empacotada das indústrias e “cheias de conservantes”, e outros parâmetros impressos em vários produtos que ganham dinamismo mercantil e produtivo nas unidades de produção.

Há uma variedade de ações e processos produtivos e culturais que se imbricam no interior de pequenas unidades familiares rurais no espaço pesquisado; difícil é agrupá-las, analisá-las fora de suas especificidades e horizontes culturais, históricos e territoriais; esses são três horizontes que se integram e se alimentam por referenciais de *proximidade* e, de certa forma, de *territórios étnicos* (no caso específico de expressão da italianidade).

Percebemos que as unidades familiares envolvidas na Rota das Salamarias encontram formas logísticas de maximizar a comercialização de seus produtos. Os que atuam com a produção agroecológica nos informam que tendem a crescer cada vez mais e encontrar espaços mercantis. Agroindústrias caseiras e a produção de leite, ambas promotoras de vínculos mercantis nas feiras, nas tendas, nas casas dos produtores e nos festejos, contribuem em muito para redefinir as unidades familiares de produção.

Várias pequenas agroindústrias que visitamos conseguem se agregar em rede e se aproximar do mercado consumidor, viabilizam a permanência mais segura do agricultor na terra, aumentam a renda, agregam valor aos produtos, o produtor se sente participante da relação produção/venda, além do aspecto do domínio do saber, gera postos de trabalho, abastece nichos de mercado, dá mais visibilidade ao rural/agrícola, dentre uma série de outros elementos; há recursos sociais, culturais, econômicos e éticos que otimizam a produção

Muitos dos produtos “coloniais”, ao serem adequados às exigências e normas de saúde e de infra-estrutura para sua produção, segundo vários proprietários, perdem a conotação de “colonial”, como é o caso do salame, queijos, sucos, vinhos, outros embutidos etc. Segundo eles, a incorporação de elementos sócio-técnicos externos poderá alterar a dimensão cultural e a performance do que eles consideram *produtos coloniais*. Esse processo implica

visões de mundo, negociação, lutas, legitimidades, valores econômicos e simbólicos, laços sociais, saber-fazer, fidelidade dos consumidores, identidade entre produto e produtor, vínculos com o passado e com os sujeitos que os produzem e o que consome, tradições, produção e trocas de conhecimentos de longa data e de enraizamento social. Na realidade, são ações econômicas enraizadas em relações sociais, como construção sócio-histórica de trocas e de conhecimentos.

É interessante que se enfatize também que há muitos limites, pontos de estrangulamentos, incertezas nas atividades e nos empreendimentos que conservam e adentram para produtos artesanais/coloniais. Produtores dizem que há carências de financiamentos para infra-estrutura, não há garantias de mercado para vários produtos, “uns têm mais, outros bem menos”, nem os preços são compensadores.

A organização interna das unidades familiares também passa por situações-limite, tais como, poucos filhos, dificuldade de “dar conta de tantas coisas pra fazer”, reduzida possibilidade de contratação de trabalho externo a unidade, grande atração do mercado de trabalho urbano, a intensa aplicação de mão-de-obra nas atividades, há dificuldade de gerenciamento do pequeno empreendimento, principalmente quando das sociedades entre famílias de irmãos; em algumas atividades, a fiscalização e as exigências tributárias e fitossanitárias (salame, suco, queijo, carnes, erva mate, morango etc.) dificultam a continuidade e os ganhos econômicos.

Membros da referida rota reclamam também em torno da diferenciação entre produtores, da dificuldade “de trabalhar num coletivo”, da ausência de mediações mais eficazes, principalmente da esfera pública em termos de infra-estrutura (estradas, redes comerciais, legislação etc.), marketing, investimentos e linhas de financiamento para preservação da natureza e formas variadas de sustentabilidade ambiental.

No entanto, em meio a esses processos todos, há de se reconhecer as estratégias das unidades familiares e dos grupos sociais envolvidos na tentativa de encontrar formas maximizadoras de sua reprodução social.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARNEIRO, M. J.; MALUF, R. S. Multifonctionnalité de l'agriculture familiale au Brésil: quelque voies de réflexion. In: WOLFER, B. A. **Agricultures et paysanneries du monde**. Paris: Edition Quae, 2010, p. 121-144.

CAZELLA, A.; BONNAL, P.; MALUF, R. S. Olhares disciplinares sobre território e desenvolvimento territorial. In: CAZELLA, A. et al. **Agricultura familiar: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2009, p. 25-45.

CERDAN, C. et al. Du changement technique à la combinaison d'activités et de services. In: MUCHNIK, J.; SAIN MARIE, C. (Coord.). **Les temps des Syal. Technique, vivres et territoires**. Versalhes: Éditions Quae, 2010, p. 297-312.

CERDAN, C.; FOURNIER, S. Le Système agroalimentaire localisé comme produit de l'activations de ressources territoriales. Enjeux et contraintes du développement local des productions agroalimentaires artisanales. In: PECQUEUR, B., GUMUCHIAN, H. **La resource territorial**. Paris: Édition Economica, 2007, p. 103-125.

CERDAN, C.; MARTIN de SOUZA; FLORES, M. El patrimonio cultural como un elemento estratégico para el desarrollo territorial: dos casos de la inmigración italiana en Brasil. In: RANABALDO, C.; SCHEJTMAN, A. **El valor del patrimonio cultural: territorios rurales, experiencias y proyecciones latinoamericanas**. RIMISP: Lima, 2008, p. 313-332.

CERDAN, C.; VITROLLES, D. Valorisation des produits d'origine: contribution pour le développement durable dans la Pampa Gaucha au Brésil. In: **Geocarrefour**, n. 83, v.3, p. 191- 202, 2008.

FERRARI, D. L. **Cadeias agroalimentares curtas: A construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina**. Porto Alegre, PGDR, 2011. Tese em Desenvolvimento Rural.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: the problem of embeddedness. **American Journal of Sociology**, Chicago, v. 91, n. 3, p. 481-510, nov. 1985.

GRANOVETTER, M. Les institutions économiques comme constructions sociales: un cadre d'analyse. In: ORLEAN, A. (Ed.) **Analyse économique des conventions**. Paris: PUF, 1994. p. 79-94.

LERICHE, F. et al. (Coord.). **L'économie culturelle et ses territoires**. Mirail: PUM, 2008.

MARSDEN, T. New rural territories: regulating the differentiated rural spaces. **Journal of Rural Studies**, London, v. 14, n. 1, p. 107-117, 1998.

MARSDEN, T. The quest for ecological modernization: re-spacing rural development and agri-food studies. **Sociologia Ruralis**, Oxford, v. 44, n. 2, p. 129-145, Apr. 2004.

MARSDEN, T.; SMITH, E. Ecological entrepreneurship: sustainable development in local communities through quality food production and local branding. In: **Geoforum**, London, v. 36, n. 4, p. 440-451, 2005.

NIEDERLE, P. A. **Compromissos para a qualidade**: projetos de indicação geográfica para vinhos no Brasil e na França. 2011. Doutorado em Ciências Sociais, UFRRJ.

PECQUEUR, B. **Le développement local**. Paris: Syros, 2008.

PECQUEUR, B.; ZIMMERMANN, J. B. (Sous la dir.). **Economie de proximités**. Paris: Lavoisier, 2004.

PLOEG, J. D. V. der. O modo de produção camponês revisitado. In: SCHNEIDER, S. (Org.). **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006, p. 13-56.

PLOEG, J. D. van der. Revitalizing agriculture: farming economically as starting ground for rural development. **Sociologia Ruralis**, Netherlands, v. 40, n. 4, p. 497-511, Oct. 2000.

SABOURIN, E. Aprendizagem coletiva e construção social do saber local: o caso da inovação na agricultura familiar da Paraíba. In: **Estudos Sociedade e Agricultura**. Rio de Janeiro, n. 16, abril, p. 37-61, 2001.

SABOURIN, E. **Camponeses do Brasil**: entre a troca mercantil e a reciprocidade. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SABOURIN, E. Práticas sociais, políticas públicas e valores humanos. In: SCHNEIDER, S. (Org.). **A diversidade da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006, p. 215-239.

SCHNEIDER, S. **Agricultura familiar e pluriatividade**. Porto Alegre: UFRGS, 1999. Tese de Doutorado.

SCHNEIDER, S; NIEDERLE, P. A. Agricultura familiar e teoria social: a diversidade das formas familiares de produção na agricultura. In: FALEIRO, F. G.; FARIAS NETO, A. L. (Ed.) **Savanas**: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais. Planaltina, DF, Embrapa Cerrados, 2008, p. 989-1014.

WANDERLEY, M. N. B. Prefácio. In: CARNEIRO, M. J.; MALUF, R. S. (Org.). **Para além da produção**: multifuncionalidade e agricultura familiar. Rio de Janeiro: Mauad, 2003, p. 3-7.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores**: o novo mundo da agricultura familiar. Porto Alegre: UFRGS, 2008.