

**“Comprar Fresco, Comprar Local”:  
será que temos algo a aprender com a experiência americana?**

ARTUR CRISTÓVÃO E MANUEL LUÍS TIBÉRIO

UTAD - Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento

acristov@utad.pt, mtiberio@utad.pt



**Colóquio Ibérico de Estudos Rurais  
Cultura, Inovação e Território**

**Coloquio Ibérico de Estudios Rurales  
Cultura, Innovación y Territorio**

**Coimbra, Portugal**

**Outubro / Octubre 23-25, 2008**

**Comunicação apresentada no VII CIER – Cultura, Inovação e Território**

## Resumo

*Os Estados Unidos da América são, por excelência, o país da produção agrícola em grande escala, especializada, intensiva, dominada pelo complexo agro-industrial e a grande distribuição, e plenamente integrada no sistema alimentar global. A América é, também, o país por excelência da chamada “fast food”. Mas neste país está em marcha um movimento que visa contrariar o poder do complexo agro-industrial e do sistema agro-alimentar global. É um movimento fragmentado, desigual de espaço para espaço e no envolvimento de distintos grupos étnicos e sociais, que tende a juntar motivações e interesses diferenciados. Um dos slogans mais significativos é “Buy Fresh, Buy Local”. Por cá, em Portugal, a história é outra, mas estão também no terreno iniciativas semelhantes, nomeadamente as que visam reconstruir sistemas alimentares de proximidade, ligando produtores e consumidores. Será que há algo a aprender como o movimento americano e as suas diversas componentes? É esta questão que se explora na comunicação.*

## Palavras-chave: sistemas alimentares, globalização, desenvolvimento local

### 1. Comida local no país da “fast food”? \*

Os Estados Unidos da América (EUA) são, por excelência, o país da produção agrícola em grande escala, especializada, intensiva, dominada pelos interesses poderosos e concentrados do complexo agro-industrial e da grande distribuição, e plenamente integrada no sistema alimentar global (ver Caixa 1). O chamado “Midwest” americano, em particular, é uma região em que predominam as grandes explorações agrícolas tecnologicamente sofisticadas, orientadas para culturas de rendimento (“commodities”), como o milho e a soja ou a produção intensiva de leite ou de suínos, muito dependentes de factores de produção exógenos e dirigidas para os mercados nacional e de exportação. A América é, também, o país por excelência da chamada “fast food”, cujo principal símbolo é a gigantesca cadeia “MacDonalds”, acompanhada no mercado por dezenas ou centenas de outras, algumas de expressão mundial, outras apenas nacionais ou regionais, que oferecem comida rápida e relativamente acessível, para todos os gostos. Enshayan (2004, 2) apresenta uma perspectiva crítica e acutilante da situação geral da agricultura do país: “as forças que sistematicamente destroem a agricultura americana são quase que inteiramente domésticas: a poluição dos nossos rios pelo nitrogénio, atrazina nas nossas águas para consumo, políticas agrícolas que matam as explorações independentes e as pequenas cidades, manipulação genética aos serviço dos lucros e do poder e monopolização dos mercados agrícolas por um pequeno número de corporações globais”.

---

\* Esta comunicação foi inspirada pela estadia do primeiro autor na Universidade de Wisconsin-Madison, entre 25 de Março e 25 de Maio de 2008, como professor visitante da “School of Human Ecology”. Nessa altura teve oportunidade de realizar contactos, recolher abundante bibliografia e visitar várias das iniciativas citadas na comunicação.

## CAIXA 1

### Factos Sobre o Sistema Alimentar Americano\*

1. Apenas 4 empresas controlam 80% do abate da carne de bovino.
2. 95% dos alimentos consumidos pelos americanos são processados por grandes empresas (“corporations”).
3. As 10 maiores empresas multinacionais baseadas nos EUA são responsáveis pelas vendas de metade dos alimentos e bebidas.
4. Os lucros das grandes empresas agro-alimentares subiram 98% desde os anos 90; entretanto, em 2002 os agricultores tiveram o mais baixo rendimento líquido desde 1940.
5. Devido à pressão para “crescer ou abandonar o negócio”, desapareceram quase 67% das explorações agrícolas desde 1920; hoje, nos EUA, existem mais prisioneiros que agricultores a tempo inteiro.

\* Adaptado de [www.foodroutes.org](http://www.foodroutes.org)

Neste país, porém, está em marcha um movimento de resistência, bem visível, que visa contrariar (ou “minar”) o poder do complexo agro-industrial e do sistema agro-alimentar global. Autores com Lyson (nd) afirmam mesmo que existe evidência acumulada que comprova que a realocação da agricultura e dos sistemas alimentares está a ocorrer em regiões que foram severamente afectadas pela competição global, e defendem que o equilíbrio entre a auto-suficiência local e a dependência global tem de restabelecer-se a favor do local, e não na sua presente trajectória globalizante.

É um movimento fragmentado, desigual de espaço para espaço e no envolvimento de distintos grupos étnicos e sociais, que tende a juntar uma constelação de preocupações, interesses e objectivos e inclui ambientalistas, defensores da agricultura familiar, promotores de alimentos de qualidade e activistas pela justiça social e contra a fome e a pobreza. É também um movimento que mobiliza milhares de organizações (sobretudo locais, mas não só), governos estaduais e locais, meios de comunicação, universidades, agências diversas e empresas. Um dos seus *slogans* mais representativos é “Buy Fresh, Buy Local”, traduzindo claramente o incentivo ao consumo de produtos locais e o apoio à reconstrução e sustentabilidade de sistemas alimentares locais.

Para além de “local food” também se aspira a produzir “sustainable food”, a partir do modo de produção biológico e de outras formas naturais que excluam o uso de químicos. As questões energéticas têm também peso neste processo e deseja-se reduzir drasticamente o número de km percorridos pelos alimentos. Na verdade, como referem Hultine *et al.* (2007, 61), citando Halwei (2002), os alimentos consumidos pelos habitantes rurais americanos viajam em média 2.400 a 3.200 km. Em síntese, como salienta Ostrom (2006, 66), este movimento vai contra o sistema organizado globalmente, em que os alimentos percorrem grandes distâncias, são controlados por gigantescas empresas transnacionais e estão “embrulhados” em problemas sociais, ambientais e nutricionais.

De forma mais sistemática, pode dizer-se que os seus objectivos centrais são: (1) a dinamização do consumo de alimentos produzidos localmente (num raio variável); (2) o estabelecimento de ligações

directas entre produtores e consumidores; (3) a revitalização de estruturas de produção, transformação e distribuição; (4) a construção de redes de relações entre produtores e governos locais, empresários e outros líderes; e (5) a promoção da economia local e do desenvolvimento rural (Hultine *et al.*, 2007: 62). Estes objectivos estão em linha com o novo paradigma do desenvolvimento rural, no qual têm destaque a construção de novas relações entre agricultura e sociedade e a reconfiguração dos recursos rurais, nomeadamente através da organização de novas cadeias de oferta alimentar e da criação de sinergias entre a agricultura e outras actividades, como o turismo rural e o ecoturismo (van der Ploeg *et al.*, 2000: 397-399).

Do ponto de vista conceptual, o movimento é inspirado por (e tem também inspirado) um vasto conjunto de autores. Destaque-se, por exemplo, Kloppenburg (1996), que tem trabalhado o termo “Foodshed”, entendido como uma metáfora unificadora e organizadora que parte da premissa da unidade entre local e pessoas, natureza e sociedade, ou Lyson (2000, 2004), que propôs o conceito de “Civic Agriculture”, entendida como um sistema de produção agrícola e alimentar enraizado num local, baseado em recursos locais, servindo mercados e consumidores locais e empenhada na justiça social, sustentabilidade ecológica e relações sociais de apoio mútuo. O conceito mais abrangente que o enquadra é o de sistema alimentar local, que Feenstra (2002) definiu como “um esforço colaborativo para construir economias alimentares auto-sustentadas e mais baseadas no local, em que a produção, transformação, distribuição e consumo são integrados de forma a melhorar a economia, o ambiente e a saúde social de um lugar específico”.

Estas ideias e conceitos, porém, levantam muitas questões complexas e desafiam os investigadores (e outros intervenientes). Por exemplo: Como definir “local” e que mecanismos estabelecer para controlar a proveniência da oferta? Quais as limitações à oferta de produtos locais, nomeadamente em termos de acesso à terra, expansão das explorações envolvidas e capacidade de processamento e distribuição? Existe apoio suficiente dos consumidores para tornar os sistemas alimentares locais viáveis? Quais são as barreiras e oportunidades à aquisição de produtos locais pelos consumidores? Esta abordagem funciona em todos os tipos de comunidades? Ou será que as comunidades diferem entre si no potencial para desenvolver um sistema alimentar local, por exemplo com base nas suas características socio-económicas e/ou políticas dominantes? (J. Kloppenburg, comunicação pessoal, 20 de Maio de 2008; Stephenson e Lev, 2004: 211; L. Zepeda, comunicação pessoal, 23 de Maio de 2008).

São inúmeros os trabalhos publicados nos EUA sobre o assunto, debatendo o significado de “local food” (por exemplo, Ostrom, 2006), comparando experiências em comunidades diferentes (por exemplo, Stephenson e Lev, 2004), analisando projectos concretos (por exemplo, Hultine *et al.*, 2007), apresentando histórias de sucesso (por exemplo, Ross, 2006), discutindo as questões da segurança alimentar (por exemplo, Enshayan, 2004), abordando as dificuldades da venda local (por exemplo,

Ostrom, 2006), estudando os factores de adesão à CSA (por exemplo, Kolodisnky e Pelsh, 1997) ou analisando o perfil dos consumidores de produtos locais e as suas visões sobre os mesmos (por exemplo, Zepeda e Leviten-Reid, 2004 ou Zepeda e Li, 2006). Hultine *et al.* (2007), com base em trabalho realizado no estado de Illinois, apresentam alguns factores de sucesso dos sistemas alimentares locais, que se resumem na Caixa 2.

## CAIXA 2

### Factores de Sucesso dos Sistemas Alimentares Locais \*

1. Agricultores catalizadores, entusiásticos, com forte vontade de contribuir com a sua criatividade e experiência.
2. Comunicação entre todos os interessados, dos produtores aos consumidores e à comunidade, incluindo o governo local, líderes e instituições.
3. Visão de longo prazo, que permita que os projectos ganhem raízes e que se construam relações de confiança com a comunidade, se envolvam os consumidores e outros actores.
4. Liderança democrática e colaborativa, que dê um forte sentido de direcção e estabilidade.
5. Coesão e orgulho da comunidade na promoção dos seus valores, nomeadamente dos seus produtos e tradições culinárias.
6. Apoio de líderes e técnicos locais, nomeadamente na promoção de projectos, estabelecimento de incentivos e acesso a financiamentos.
7. Consumidores mobilizados, com preferência por produtos locais e de agricultura biológica, com voz na comunidade.
8. Localização relativamente central, fácil acessibilidade e atractividade dos espaços de venda e sua envolvente.

\* Adaptado de Hultine *et al.* (2007, 72-75).

Quais alguns dos elementos ou sinais mais evidentes deste movimento? Uma observação limitada, sobretudo a partir do “Midwest” americano e, em especial, do estado de Wisconsin, permite apresentar várias manifestações exemplificativas. Sublinhe-se, contudo, que este movimento percorre os EUA de costa a costa, certamente com dinâmicas diferenciadas de estado para estado, de região para região e de cidade para cidade. Daremos destaque a algumas evidências que parecem mais significativas, incluindo: (1) os “Farmers’ Markets”; (2) a chamada “Community Supported Agriculture”; (3) o envolvimento de cooperativas, mercearias e restaurantes; (4) a ligação com a educação e a alimentação escolar; (5) a acção dos meios de comunicação; (6) o contributo de organizações nacionais e locais; e (7) e o papel das universidades e comunidade científica em geral.

Por cá, em Portugal, a história é outra, mas estão também no terreno iniciativas semelhantes, nomeadamente as que visam reconstruir sistemas alimentares de proximidade, ligando produtores e consumidores. Será que há algo a aprender com o movimento americano e as suas diversas dimensões?

## **2. Evidências de um movimento em ascensão**

### **2.1 Farmers' Markets**

Os chamados “Farmers’ Markets” são mercados de venda directa, com crescente popularidade nos EUA (e em muitos outros países), sobretudo dado o aumento do interesse dos consumidores por produtos frescos, produzidos local ou regionalmente. Segundo o Departamento de Agricultura do governo americano ([www.usda.gov](http://www.usda.gov)), existem cerca de 4.300 destes mercados espalhados por todo o país, constituindo uma importante fonte de rendimento para os cerca de 19.000 produtores que se estima estarem envolvidos (dados de 2006). Os “Farmers’ Markets” funcionam uma ou duas vezes por semana, em espaços públicos, como praças, parques e áreas de estacionamento. Nalguns casos possuem infra-estruturas permanentes e em muitos outros as bancas são montadas apenas no dia de realização do mercado.

No estado de Wisconsin estão recenseados 179 mercados, sendo o mais antigo e conhecido o que se realiza aos sábados na Praça do Capitólio, em Madison, entre Abril e Novembro de cada ano, o que corresponde à estação produtiva. Este mercado atrai milhares de visitantes todas as semanas, sendo um espaço privilegiado de contacto entre produtores e consumidores e, também, um local de convívio e entretenimento. Na sua proximidade juntam-se artistas de rua, bancas de artesanato e outras de movimentos cívicos e políticos.

No mercado do Capitólio de Madison, conhecido como o “Dane County Farmers’ Market on the Square”, as regras são estritas, destacando-se uma: cada produtor só pode vender aquilo que produz, sendo totalmente interdita a venda de produtos de fora da sua exploração ([www.dcfm.org](http://www.dcfm.org)). Os produtores vêm sobretudo dos “counties” vizinhos, mas alguns deslocam-se de outros mais distantes, embora dentro do estado. A variedade de produtos é grande, crescendo ao longo da estação, à medida que o clima permite o desenvolvimento dos frutos e vegetais. Nas primeiras semanas, ainda com temperaturas relativamente baixas, dominam os queijos, enchidos, carnes, ovos, compotas, mel, pães e outros produtos de padaria e pastelaria. A pouco e pouco vão surgindo os vegetais, os frutos e as flores. No Outono marcam presença as abóboras e as maçãs.

Este mercado é gerido por uma organização designada por “Dane County Farmers Market, Inc.”, que tem por objectivos centrais: (1) criar oportunidades alternativas de mercado aos produtores do estado; (2) promover a venda de produtos agrícolas do estado; (3) aumentar a variedade, frescura, sabor e valor nutritivo dos produtos disponíveis na área de Madison; (4) criar oportunidade para que produtores e consumidores urbanos tenham um contacto directo; (5) estabelecer um fórum educacional para que os consumidores aprendam sobre o uso de produtos locais de qualidade; (6) aumentar a qualidade de vida na área de Madison através de uma actividade comunitária que promove o encontro

e interacção social; e (7) preservar a herança agrícola única do estado de Wisconsin e o papel histórico dos mercados de venda directa ([www.dcfm.org](http://www.dcfm.org)).

Um mercado de criação mais recente é o “West Side Community Market”, que se realiza semanalmente, também ao sábado, num parque de estacionamento público da cidade. Um dos seus activistas explicou-nos que se trata de um mercado “producer-only”, onde cada um só pode vender o que produz, e que todos os vendedores são membros de uma associação, cuja Direcção eleita integra agricultores, padeiros e fabricantes de queijo. O regulamento do mercado impõe inspecções periódicas realizadas por um agricultor experiente e conhecedor deste tipo de comércio. Alguns dos seus atractivos específicos são a menor dimensão (50 vendedores), o estacionamento fácil e gratuito, a oferta de café e a realização de sorteios semanais de certificados de compras ([www.westsidecommunitymarket.org](http://www.westsidecommunitymarket.org)).

Uma coligação de organizações locais do Sul de Wisconsin edita anualmente o “Southern Wisconsin Farm Fresh Atlas”, que se apresenta como um convite para se visitar os 41 mercados da área e comer o que se produz na proximidade de casa. No Atlas 2008 descrevem-se as quintas que participam nos mercados e que se comprometeram a (1) proteger os solos e os recursos hídricos reduzindo a aplicação de pesticidas e fertilizantes sintéticos, a (2) criar condições de trabalho justas e seguras e a (3) tratar os animais com cuidado e respeito. Além disso, dá-se informação sobre as organizações e empresas envolvidas, os mercados da região e os programas e iniciativas que promovem os produtos locais, como o “Wisconsin Homegrown Lunch”, “Buy Fresh, Buy Local” e “Food for Thought Festival”.

Sublinhe-se que entre os mais de 4.0000 “Farmers’ Markets” existentes nos EUA a diversidade é enorme. Há mercados com regras mais restritas, como os antes citados, e com regras mais abertas, por exemplo permitindo que os vendedores apresentem produtos que não produziram. Há mercados relativamente pequenos, como o “West Side Community Market”, e de grande dimensão, como o primeiro referido. Há mercados ao ar livre, que se realizam um ou dois dias por semana, e mercados cobertos, que poderão ou não funcionar permanentemente. A base organizativa e a propriedade da infra-estrutura pode também variar, havendo exemplos em que o mercado funciona dentro de outra área comercial (Hultine *et al.*, 2007) e situações em que companhias privadas criaram instalações específicas para o efeito, como em Chicago (B. Orton, comunicação pessoal, 18 de Abril de 2008).

## 2.2. Community Supported Agriculture

Este movimento de agricultura apoiada pela comunidade, conhecido por CSA, foi introduzido nos EUA por um cidadão suíço, no ano de 1984, datando as primeiras experiências europeias dos anos 60 (Adam, 2006). Trata-se de uma forma de ligação directa entre agricultores e consumidores que, além de preocupados com a proveniência e natureza dos alimentos, manifestam também um envolvimento

comunitário e cívico muito activo, em defesa da agricultura local, familiar e de pequena dimensão. No seu início, estes esquemas foram instrumentais na promoção da agricultura biológica.

Existem várias modalidades de CSA, nomeadamente as dirigidas por agricultores que agregam um conjunto de consumidores (“farmer-driven”), que são a grande maioria, e as promovidas por um grupo de consumidores que “contratam” um agricultor (“consumer-driven”) (Adam, 2006). De forma simplificada, um consumidor estabelece uma relação estreita com um produtor, do qual recebe, semanalmente, um cabaz de produtos (“share”, “box” ou “basket”). O pagamento é feito por inteiro no início da Primavera e cobre os cabazes que serão entregues até ao fim da estação, num total aproximado de 20 semanas, o que constitui um substancial benefício para o agricultor, que assim reúne um considerável “fundo de maneio”. Alguns produtores aceitam o pagamento mensal ou mesmo semanal. O cabaz pode ser levantado na exploração, no mercado em que o produtor eventualmente participe, na garagem de um vizinho que se disponha para o efeito ou recebido em casa.

O número de esquemas CSA tem vindo a crescer nos EUA, tendo passado de cerca de 50 nos anos 90, para mais de 1000 actualmente ([www.localharvest.org/csa](http://www.localharvest.org/csa); Zepeda e Li, 2006), sendo o seu número significativamente maior na parte Este dos EUA. Adam (2006), estimando um número de 50 a 500 aderentes por CSA, sublinha que estes fornecem cerca de 270.000 famílias durante a estação produtiva.

No estado de Wisconsin estão identificados 116. Na área de Madison, capital do estado, o movimento iniciou-se há 15 anos e é hoje dinamizado pela “Madison Área CSA Coalition”, uma organização sem fins lucrativos. Recentemente, algumas companhias de seguros e cooperativas de saúde têm vindo a atribuir descontos consideráveis aos seus segurados ou membros envolvidos na CSA, seguramente por razões de relações públicas e marketing, mas certamente não ignorando que “comer local e sustentável” pode ser saudável e conduzir a menos riscos para a saúde e, logo, a menos despesas médicas ([www.macsac.org/rebates](http://www.macsac.org/rebates)).

A chamada “Troy Community Farm” é um dos exemplos de exploração agrícola envolvida no modelo CSA, estando localizada em plena cidade de Madison ([www.troygardens.org/farm/html](http://www.troygardens.org/farm/html)). Os consumidores aderentes recebem um cabaz de produtos durante 21 semanas, com início na primeira semana de Junho e terminando no final de Outubro. Para além dos produtos, os aderentes recebem a “newsletter” semanal que inclui ideias para a preparação de pratos, pequenas histórias sobre a exploração e notas sobre os produtos que serão fornecidos nas semanas seguintes. Podem ser fornecidos dois tipos de cabazes (“shares”) – inteiro ou metade -, consoante a dimensão do agregado familiar e os hábitos alimentares.



Os cabazes são levantados na própria exploração, às quintas-feiras, entre as 17 e as 19 horas. A exploração organiza anualmente dois eventos: “Flower Festival”, em final de Agosto, em que os aderentes podem colher flores e aprender técnicas de secagem e arranjo; e “Harvest Festival”, em final de Setembro, para a colheita das abóboras típicas da festa do “Halloween”. Todos os meses há um dia dedicado ao trabalho voluntário, em que os consumidores podem plantar batatas, regar as alfaces ou colher alhos, por exemplo.

### 2.3. Mercarias, cooperativas e restaurantes biológicos

A ligação entre produtores e consumidores tem também expressão através de cooperativas de consumo e mercearias, que procuram servir os seus membros ou clientes com produtos frescos da região. As cooperativas assumem também uma função de informação e educação dos seus associados.

No estado de Wisconsin existem cerca de 40 destas unidades ([www.localharvest.org](http://www.localharvest.org)). Uma das mais proeminentes iniciativas de Madison é a “Willy Street Co-op”, que vende produtos naturais e biológicos a 17.000 membros, destacando-se pela compra directa dos seus produtos aos agricultores (Burns, 2008).

Também muitos restaurantes acompanham o movimento, incorporando nas suas ementas pratos da tradição local e regional, e recorrendo a produtos frescos da estação, produzidos de acordo com métodos sustentáveis. Em Wisconsin são 10 os restaurantes que usam produtos de agricultura biológica ([www.localharvest.org](http://www.localharvest.org)).

O mais antigo restaurante “bio” dos EUA foi certificado em 1990, sendo propriedade de uma cidadã austríaca, Nora Poillon. Pelo menos 95% das matérias primas usadas na confecção dos seus pratos provêm de explorações que seguem o modo de produção biológico. Sendo um restaurante da moda novaiorquina, este restaurante atrai uma clientela da elite cultural e económica, onde não faltam políticos e ambientalistas ([www.noras.com](http://www.noras.com)).

### 2.4. Wisconsin Homegrown Lunch

Trata-se de um projecto conjunto de uma organização local, “Research, Education, and Policy Food Group” (REAP, [www.reapfoodgroup.org](http://www.reapfoodgroup.org)), e do “Center for Integrated Agricultural Systems” (CIAS) da Universidade de Wisconsin-Madison ([www.cias.wisc.edu](http://www.cias.wisc.edu)). O objectivo central é oferecer às crianças em idade escolar a possibilidade de acesso a pratos considerados saudáveis e nutritivos, cuja confecção é baseada em produtos com origem local.

O projecto apresenta também uma dimensão pedagógica, facultando recursos educativos sobre nutrição, oportunidades de aprendizagem para as crianças (como, por exemplo, a montagem de hortas escolares e o ensino de técnicas de compostagem), e ligações entre crianças e explorações agrícolas familiares da sua área. Qualquer cidadão pode apoiar este projecto através de doações dedutíveis nos impostos ([www.reapfoodgroup.org/farmtoschool/](http://www.reapfoodgroup.org/farmtoschool/)).

Na base do projecto estão as sérias preocupações com a saúde das crianças, a crise da agricultura familiar e os problemas ambientais: “A juventude americana enfrenta uma crise crescente de saúde pública. Mais de 15% das crianças em idade escolar são obesas – o que representa o triplo face ao valor de duas décadas atrás. As explorações agrícolas familiares dos EU estão também em crise. Durante décadas o declínio dos preços e oportunidades de mercado pressionaram as pequenas e médias explorações a crescer ou a sair do negócio. A qualidade da nossa água, ar, solo e habitat da vida selvagem está a sofrer os efeitos das escolhas relativas ao uso do solo. As práticas agrícolas sustentáveis contribuem para conservar e melhorar a saúde do nosso ambiente. As escolas podem ajudar a proteger os nossos recursos naturais através da compra de alimentos produzidos de forma sustentável” (Wisconsin Homegrown Lunch, nd).

A questão da saúde pública assume efectivo destaque no lançamento de programas deste tipo nos EUA. Alguns especialistas afirmam mesmo que uma das tendências alarmantes que minam o moderno sistema alimentar é o aumento incessante da obesidade no país, destacando que as políticas que conduzem a programas como o “Wisconsin Homegrown Lunch” podem constituir uma oportunidade para os produtores e comerciantes de vegetais frescos (Park *et al.*, 2007: 129).

## 2.5. Meios de comunicação

O desenvolvimento sustentável, os estilos de vida saudáveis, os negócios “verdes”, o consumo de produtos locais e a valorização do comércio de base local são temáticas abundantemente tratadas pela imprensa da cidade de Madison, uma urbe com cerca de 300.000 habitantes, sede de uma Universidade com 42.000 alunos.

Uma observação não exaustiva, num período de cerca de dois meses, comprova a cumplicidade dos meios de comunicação escrita com o movimento “Buy Local, Buy Fresh”. O jornal “Isthmus”, distribuído gratuitamente às quintas-feiras, com ampla circulação em toda a cidade, é uma das vozes mais activas. Na sua edição de 25 de Abril de 2008, Keneth Burns escreveu longamente sobre “Farm Fresh”, destacando que “nos supermercados, nos restaurantes, até nos almoços escolares, é cada vez mais a comida com origem local”. Fala da importância dos “Farmers’ Markets” e do envolvimento de supermercados, cooperativas, mercearias e restaurantes. Refere o apoio do governo do estado à campanha “Buy Local, Buy Wisconsin”, a criação do “Dane County Food Council”, um organismo

local que coordena iniciativas de sustentabilidade alimentar, assim como o envolvimento da Universidade através do já citado CIAS.

O Jornal diário matinal “The Capital Times” segue também estas temáticas. Por exemplo, na sua edição de 1 de Maio, no suplemento “Square”, Susan Troller sublinha que os restaurantes da cidade estão “na vanguarda da tendência nacional para os alimentos locais, sustentáveis (e deliciosos)”: Numa lógica mais especializada, o jornal mensal “Sustainable Times” ([www.sustainabletimes.net](http://www.sustainabletimes.net)) inclui artigos com uma vertente técnica, assim como reportagens e entrevistas que traduzem o dinamismo do movimento.

Em Maio de 2008, no seu volume 13, o “Madison Originals Magazine” publicou um extenso artigo sobre CSA (Lathrop, 2008), apresentando o conceito, destacando as suas potenciais vantagens em termos de consumo de produtos frescos e mais seguros para a saúde e o ambiente, assim como os benefícios para os pequenos agricultores e a comunidade. Fala ainda de alguns casos, como a “Vermont Valley Community Farm” (<http://www.vermontvalley.com/home.htm>), que reúne 1.350 aderentes, sendo uma das maiores CSA do estado. No mesmo volume da citada revista, Abler (2008) apresenta o “Research, Education, Action and Policy Group” e as suas actividades de apoio aos sistemas alimentares locais e sustentáveis.

Com uma perspectiva de agricultura biológica, temos ainda o “RootStock”, editado pela “Organic Valley Crop Co-operative”, uma cooperativa de 1205 explorações agrícolas familiares que seguem o modo de produção biológico, que se afirma como “your grassroots connection to the organic revolution” e inclui artigos técnicos de divulgação, relatos de projectos e reflexões globais sobre o futuro da agricultura biológica ([www.organicvalley.coop](http://www.organicvalley.coop)).

## 2.6. Organizações nacionais e locais

A nível nacional tem destaque o “FoodRoutes Network” (FRN, [www.foodroutes.org](http://www.foodroutes.org)), organização sem fins lucrativos sediada na Pensilvânia que fornece instrumentos de comunicação, apoio técnico e material informativo a outras organizações do país que se dediquem à reconstrução de sistemas alimentares de base local. As suas iniciativas incluem uma página Web, um centro de recursos sobre investigação, a criação de núcleos locais do programa “Buy Fresh, Buy Local” (ver Caixa 3), a produção de instrumentos de comunicação, a implementação de estratégias de reconstrução de sistemas alimentares locais e estaduais e acções de conservação das tradições culinárias e de revitalização de explorações agrícolas e pequenas indústrias agro-alimentares, no país e no estrangeiro.

O programa “Buy Fresh, Buy Local” é uma das suas iniciativas mais emblemáticas, com expressão em todo o país. Através de acções educativas e recreativas, festivais, mercados e outros apoios visa

dinamizar a compra e consumo de produtos alimentares locais. Na sua página Web apresentam-se algumas evidências do seu impacto em vários estados. No Nordeste do Iowa, por exemplo, os núcleos do programa ajudaram a duplicar a compra de produtos alimentares locais por parte de 22 instituições e empresas, incluindo hospitais, residências de idosos, escolas, grossistas e restaurantes ([www.foodroutes.org/bfbl-chapters.jsp](http://www.foodroutes.org/bfbl-chapters.jsp)).

### CAIXA 3

#### Porque é importante comprar local?\*

Os sistemas alimentares locais apresentam várias vantagens face aos mercados convencionais e globais. Comprar local fortalece as economias regionais, apoia as explorações agrícolas familiares, fornece alimentos frescos e deliciosos aos consumidores, preserva a paisagem local e pode ajudar a criar um sentido de comunidade.

Comprar local fortalece a economia regional: o dinheiro circula na comunidade; as explorações familiares são apoiadas; podem ser criados postos de trabalho; uma economia local forte protege uma região das recessões nacionais e globais.

Comprar local permite obter produtos frescos e de qualidade: os produtos locais são geralmente mais frescos que os produtos convencionais transportados em camiões durante vários dias; os produtores locais podem receber “feedback” sobre a qualidade e frescura dos seus produtos.

Comprar local promove o crescimento do sentido de comunidade: as explorações agrícolas locais fazem parte da tradição americana de auto-suficiência e são a base das comunidades locais; os mercados e CSA estimulam o encontro, a socialização e o debate de ideias; os mercados põem em contacto pessoas que partilham preocupações quanto ao futuro e promovem a cooperação e organização.

Comprar local permite o contacto com os produtores: os produtos locais são mais frescos e nutritivos do que os produtos transportados de longe e sujeitos a perdas de nutrientes; quando se compra local pode-se perguntar-se ao produtor que métodos e factores de produção usou.

Comprar local preserva o ambiente: apoiando a agricultura local protege-se a região do crescimento urbano; a defesa da terra agrícola protege os espaços abertos, os ecossistemas naturais e a biodiversidade; comprar local ajuda a reduzir a dependência energética e a diminuir as emissões de CO<sub>2</sub>.

\* Adaptado de [www.foodroutes.org/faq11.jsp](http://www.foodroutes.org/faq11.jsp)

A FRN trabalha em parceria com organizações locais de todos os estados, como o já citado “Research, Education, Action and Policy Food Group” (REAP), de Madison. Esta organização foi criada em 1997, tendo começado com um grupo de cidadãos interessados em conhecer as origens dos alimentos consumidos e em olhar para os alimentos de forma holística, em especial no que toca aos seus impactos na justiça social, saúde, ambiente e economia (Abler, 2008). Actualmente o REAP assume-se como uma força proeminente no movimento por um sistema alimentar sustentável e promove programas e iniciativas como: (1) “Wisconsin Homegrown Lunch”; (2) “Food for Thought Festival”; (3) “Southern Wisconsin Farm Fresh Atlas”; e (4) “Buy Fresh, Buy Local Southern Wisconsin”.

Ainda em Madison, pode ser referida a organização “Friends of the Dane County Farmers’ Market”, que congrega amigos do maior mercado local, organiza trabalho voluntário no próprio mercado e

promove actividades educativas, provas de produtos e encontros com produtores ([www.dcfm.org](http://www.dcfm.org)). No âmbito do modelo CSA merece destaque a chamada “Madison Área CSA Coalition” ([www.macsac.org](http://www.macsac.org)), criada há cerca de dez anos, que reúne outras organizações (REAP, “Madison Environmental Group”, etc.) e indivíduos que trabalham para apoiar as explorações agrícolas CSA, coordenar acções de educação e formação para agricultores e a comunidade e gerir actividades de recolha de fundos que permitem subsidiar aderentes CSA com rendimentos limitados. Publica o boletim “Just Eating”.

## 2.7. Comunidade científica

Segundo Delate e DeWitt (2004), a “Iowa State University” foi a primeira universidade “Land Grant” a criar um lugar de especialista em agricultura biológica nos seus quadros académicos, em 1997, a pedido dos cidadãos. Desde então, esta Universidade consolidou o seu programa de agricultura biológica, com um número crescente de docentes e investigadores ligados a aspectos como (1) a saúde dos solos, (2) o controlo integrado de infestantes, (3) o controlo de pragas, (4) a produção de frutos e vegetais, (5) a produção animal, e (6) a produção e marketing de cereais e soja.

Na Universidade de Wisconsin-Madison, foi criado, em 1989, com um âmbito porventura mais abrangente, o já antes referido “Center for Integrated Agricultural Systems” (CIAS), como unidade de investigação do “College of Agriculture and Life Sciences”. Este Centro trabalha com um conjunto alargado de parceiros na promoção de estudos e acções que visam contribuir para a sustentabilidade ambiental, social e económica dos sistemas agrícolas integrados, incluindo projectos sobre o desenvolvimento do modo de produção biológico e a sustentabilidade de sistemas agro-alimentares locais num quadro de globalização.

A produção científica sobre estas matérias é vasta e citamos apenas dois exemplos, um livro de referência recente e uma revista. O livro foi publicado em 2008 e intitula-se “Remaking the North American Food System” (Hinrichs e Lyson, 2008). Trata-se de uma obra escrita por académicos e profissionais, que retrata os múltiplos esforços para tecer e manter sistemas alimentares alternativos, que possam melhorar os padrões sociais, económicos, ambientais e de saúde. Sublinha, por exemplo, que “a alimentação deve ser considerada em ligação com a vitalidade das comunidades, a sobrevivência cultural, o desenvolvimento económico, a justiça social, a qualidade ambiental, a integridade ecológica e a saúde humana” ([www.nebraskapress.unl.edu](http://www.nebraskapress.unl.edu)).

A revista a que nos referimos intitula-se “Renewable Agriculture and Food Systems” (inicialmente, “American Journal of Alternative Agriculture”) e tem carácter multidisciplinar, dando porém ênfase à produção científica que vise o desenvolvimento de abordagens de produção agrícola e agro-alimentar que sejam económica, ambiental e socialmente sustentáveis (<http://journals.cambridge.org>).

É importante referir que, apesar dos aspectos antes citados, o envolvimento da comunidade académica nos movimentos alimentares alternativos tende ainda a ser relativamente marginal. Jack Kloppenburg, sociólogo rural da Universidade de Wisconsin-Madison, especialista em sistemas alimentares e nas interações local-global, considera que o esforço central das universidades se dirige para as grandes explorações e o sistema “mainstream”, sendo escassa a atenção dada aos pequenos agricultores e às agriculturas alternativas. Contudo, reconhece que a produção académica está a crescer nesta área (Comunicação pessoal, 20 de Maio de 2008).

### **3. E por cá, o que se passa?**

Falámos até agora de um movimento gerado no contexto americano, com as suas especificidades, nomeadamente o longo percurso de domínio do complexo agro-industrial, da grande distribuição e das cadeias de “fast food”, promotor de crescentes problemas nas agriculturas, nos espaços rurais e na sociedade em geral. No que se refere à sociedade, registe-se o intenso debate sobre os estilos de vida, os hábitos alimentares, o consumo de alimentos super-processados e os seus efeitos na saúde, nomeadamente na crescente e bem visível obesidade entre a população dos EUA (Loureiro e Nayga, 2004). Por outro lado, convém ter presente que se trata de uma sociedade fortemente urbanizada, com fácil acesso aos mais diversos meios de comunicação, na qual existe uma forte tradição de organização voluntária dos cidadãos e em que uma larga fatia populacional tem significativo poder de compra.

Por cá a história é outra, naturalmente. Se é verdade que a grande distribuição tem vindo a assumir uma importância crescente, que as cadeias de “fast food” estão presentes em quase todo o país (com mais peso nas áreas urbanas) e que os alimentos processados estão cada vez mais presentes na nossa dieta, também é verdade que muitos portugueses mantêm laços de relativa proximidade com as suas raízes rurais, que a culinária tradicional continua a ser influente e que a nossa dieta incorpora ainda muitos elementos das heranças atlântica e mediterrânica, como o consumo de pescado, de frutos e legumes frescos, de pão e de azeite. Porém, as iniciativas de resistência ao sistema alimentar global também existem, visando, nomeadamente, defender a pequena agricultura, manter ou reconstruir sistemas alimentares de proximidade e promover as ligações entre produtores e consumidores.

Um exemplo é o projecto “Relações de Cidadania entre Produtores e Consumidores” (ReCíProCo), dinamizado pela Organização Cooperativa para o Desenvolvimento Integrado do Concelho de Odemira (TAIPA), cujos objectivos são claros: (1) integrar a agricultura nas estratégias de desenvolvimento local; (2) gerar novas ligações entre rural e urbano; (3) valorizar uma agricultura de proximidade e a manutenção de pequenas quintas agrícolas; (4) criar parcerias entre produtores e consumidores, permitindo o acesso dos consumidores a produtos locais frescos; (5) sensibilizar para o

consumo dos produtos frescos locais de qualidade; e (6) criar nos grupos LEADER competências para desenvolver acções inovadoras nestas áreas (Thirion, 2006: 8; [www.taipa-desenvolvimento.pt](http://www.taipa-desenvolvimento.pt)).

Entre as acções do ReCíProCo estão a criação de grupos de consumidores e a distribuição de cabazes, numa lógica em tudo semelhante à “Community Supported Agriculture” (CSA). Projectos do mesmo tipo foram também lançados pela ADDLAP, em S. Pedro do Sul, e a ADREPES, na área de Palmela-Sesimbra. Em S. Pedro do Sul, a COOPRAÍZES disponibiliza cabazes de produtos hortícolas e frutas provenientes de pequenos agricultores do concelho, resultantes do modo de produção biológico, de protecção integrada ou de sistemas de produção tradicionais ([www.coop-terrasdespedrodosul.com](http://www.coop-terrasdespedrodosul.com)). Na área da ADREPES, o projecto PROVE ([www.prove.com.pt](http://www.prove.com.pt)) é responsável pela venda de mais de uma centena de cabazes por semana.

Os produtores de agricultura biológica tendem a estar ligados a estas iniciativas e projectos, que se articulam com os seus objectivos de produção sustentável e de contribuição para a saúde do ambiente e dos consumidores e para o desenvolvimento local. Os esquemas de CSA, por exemplo, aproximam-se muito da venda de “cabazes bio”, implementada por produtores um pouco por todo o país. A articulação entre produtores e mercearias, lojas da especialidade e restaurantes tem também vindo a aumentar.

O que parece faltar no nosso contexto é a trama de organizações, do nível nacional ao local, envolvendo cidadãos activos, técnicos, investigadores, educadores, produtores e consumidores, que constitui o motor do movimento que se observa na sociedade americana, aqui exemplificado com o caso do “Midwest” ou, mais precisamente, do estado de Wisconsin. Quem se tem mobilizado para esta causa em Portugal? E quem mais poderá ser mobilizado? Que papel poderão assumir as “velhas” Cooperativas Agrícolas? E os Grupos LEADER e demais Associações de Desenvolvimento Local? Que dizem as Associações de Produtores Biológicos e as organizações de defesa do consumidor? E organizações de nível nacional como a Federação Minha Terra ou a Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Local? Que esforços tem feito a CNA, organização que se afirma defensora da pequena agricultura? E as autarquias locais?

É sabido que existem projectos e iniciativas dispersos, com promotores de diferentes tipos, envolvendo acções muito distintas. Será que constituem um movimento? Será que apresentam motivações similares? Será que assentam num quadro conceptual reflectido e coerente? Falta, seguramente, fazer um mapeamento tão completo quanto possível destes projectos e iniciativas, muitos dos quais realizados no quadro de Iniciativas Comunitárias como o LEADER ou o EQUAL ou integrados nos Programas Operacionais das diferentes regiões do país, na maior parte dos casos envolvendo parcerias locais. É importante conhecer as suas abordagens e os seus resultados, ou seja, estudá-los. Falta, igualmente, pô-los em contacto, fomentando a troca de experiências e o

conhecimento dos factores de sucesso e fracasso. Falta, muito claramente, dar-lhes mais visibilidade na sociedade e trabalhar no sentido de criar uma trama institucional que dê forma, coesão e sustentabilidade ao conjunto das experiências.

Voltando ao caso americano, mas não esquecendo o português, será o movimento “Buy Fresh, Buy Local”, com toda a sua diversidade, capaz de ameaçar as agro-indústrias, a grande distribuição e as cadeias de “fast food”? Ou irão estes, com todo o seu poder e influência na política e cultura americanas, fazer deste movimento um conjunto de “ilhas” dispersas num vasto território, uma moda passageira e um capricho de franjas mais educadas e ricas da sociedade, amantes de uma alimentação mais cuidada?

Trata-se, seguramente, de matéria que continuará a mobilizar a atenção e o esforço dos académicos ligados às várias disciplinas que integram os chamados Estudos Rurais, nos EUA, na Europa e na Península Ibérica. Prova disso é a criação recente do Grupo de Investigação Europeu de Sistemas Alimentares Localizados (ERG SYAL), envolvendo 21 Universidades Europeias (<http://gis-syal.agropolis.fr/>).

## **Referências Bibliográficas**

- Abler, E. (2008). REAP: Harvesting Wisconsin's Agricultural Promise. *Madison Originals Magazine* 13: 10-13.
- Adam, K. L. (2006). *Community Supported Agriculture*. ATTRA, National Agriculture Information Service.
- Burns, K. (2008). Farm Fresh. *Isthmus* 33 (17): 10-12.
- Delate, K. e J. DeWitt (2004). Building a Farmer-Centered Land Grant University Organic Agriculture Project: A Midwest Partnership. *Renewable Agriculture and Food Systems* 19 (2): 80-91.
- Enshayan, K. (2004). Local food, local security. *Renewable Agriculture and Food Systems* 19 (1): 2-3.
- Feenstra, G. (2002). Creating Space for Sustainable Food Systems: Lessons from the Field. *Agriculture and Human Values* 19: 99-106.
- Hinrichs, C. e T. Lyson (2008). *Remaking the North American Food System: Strategies for Sustainability*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- Hultine, S. A., L. Cooperband, M. Curry e S. Gasteyer (2007). Linking Small Farms to Rural Communities with Local Food: A Case Study of the Local Food Project in Fairbury, Illinois. *Community Development* 38 (3): 61-76.



- Kloppenburger, J., J. Hendrickson e W. Stenvenson (1996). Coming in to the Foodshed. *Agriculture and Human Values* 13 (3): 33-42.
- Kolodinsky, J. M. e L. L. Pelch (1997). Factors Influencing the Decision to Join a CSA. *Journal of Sustainable Agriculture* 10 (2-3): 129-141.
- Lathrop, L. (2008). CSA: Recovering After the Drought and Subsequent Floods in 2007. *Madison Originals Magazine* 13: 22-25.
- Loureiro, M. e R. Nayga Jr. (2004). Economics, Policy and Obesity. *Choices* Fall 2004: 33-
- Lyson, T. (2004). *Civic Agriculture: Reconnecting Farm, Food, and Community*. Medford, MA: Tufts University Press.
- Lyson, T. (nd). *Local Solutions to Economic Globalization: Remaking the Agricultural and Food System in the Northeast*. Belchertown, MA: NESAWG.
- Lyson, T. (2000). Moving Toward Civic Agriculture. *Choices* 15 (3): 42-45.
- Park, J., B. Campbell, A. Silva e R. Nayga (2007). Fruits and Vegetables Go Back to School. *Choices* 22 (1): 129-132.
- Ostrom, M. (2006). Everyday Meanings of “Local Food”: Views from Home and Field. *Community Development* 37 (1): 65-78.
- Ross, N. J. (2006). How Civic is it? Success stories in locally focused agriculture in Maine. *Renewable Agriculture and Food Systems* 21 (2): 114-123.
- Stephenson, G e L. Lev (2004). Commom Support for Local Agriculture in Two Contrasting Oregon Communities. *Renewable Agriculture and Food Systems* 19 (4): 210-217.
- Thirion, S. (2006). RECIPROCO, Relações de Cidadania entre Produtores e Consumidores. *Pessoas e Lugares* 40: 8.
- Troller, S. (2008). Chefs, Grocers: It’s Easy Being Green. *The Capital Times – Square*. May 1-7: 10-11.
- Wisconsin Homegrown Lunch (nd). *Bringing Fresh, Healthy, Locally-Grown Food to Wisconsin’s School Children* (folheto de divulgação).
- Zepeda, L. e J. Li (2006). Who Buys Local Food? *Journal of Food Distribution Research* 37 (3): 1-11.
- Van der Ploeg, J. D., H. Renting, G. Brunori, K. Knickel, J. Mannion, T. Marsden, K. de Roest, E. Sevilla Guzmán, e F. Ventura (2000). Rural Development: From Practices and Policies Towards Theory. *Sociologia Ruralis* 40 (4): 391-408.
- Zepeda, L. e C. Leviten-Reid (2004). Consumers’ Views on Local Food. *Journal of Food Distribution Research* 35 (3): 1-6.

**Páginas da Internet Consultadas entre 5 de Maio e 9 de Setembro de 2008 (por ordem de referência no texto)**

[www.foodroutes.org](http://www.foodroutes.org)  
[www.usda.gov](http://www.usda.gov)  
[www.dcfm.org](http://www.dcfm.org)  
[www.westsidcommunitymarket.org](http://www.westsidcommunitymarket.org)  
[www.consumer1stgroup.com](http://www.consumer1stgroup.com)  
[www.localharvest.org/csa](http://www.localharvest.org/csa)  
[www.macsac.org/rebates](http://www.macsac.org/rebates)  
[www.troygardens.org/farm/html](http://www.troygardens.org/farm/html)  
[www.localharvest.org](http://www.localharvest.org)  
[www.noras.com](http://www.noras.com)  
[www.reapfoodgroup.org](http://www.reapfoodgroup.org)  
[www.cias.wisc.edu](http://www.cias.wisc.edu)  
[www.reapfoodgroup.org/farmentoschool/](http://www.reapfoodgroup.org/farmentoschool/)  
[www.sustainabletimes.net](http://www.sustainabletimes.net)  
<http://www.vermontvalley.com/home.htm>  
[www.organicvalley.coop](http://www.organicvalley.coop)  
[www.foodroutes.org/bfbl-chapters.jsp](http://www.foodroutes.org/bfbl-chapters.jsp)  
[www.foodroutes.org/faq11.jsp](http://www.foodroutes.org/faq11.jsp)  
[www.macsac.org](http://www.macsac.org)  
[www.nebraskapress.unl.edu](http://www.nebraskapress.unl.edu)  
<http://journals.cambridge.org>  
[www.taipa-desenvolvimento.pt](http://www.taipa-desenvolvimento.pt)  
[www.coop-terrasdespedrodozul.com](http://www.coop-terrasdespedrodozul.com)  
[www.prove.com.pt](http://www.prove.com.pt)  
<http://gis-syal.agropolis.fr/>