



A gente não quer só comida

Se todo comportamento social hegemônico dá origem a uma contracultura, com a alimentação não seria diferente. Excesso de industrialização, monocultura e logística que não privilegia produção local acabaram por incentivar uma antítese desse sistema de produção. Grupos de consumidores do Brasil e do mundo começam a se aproximar dos produtores, chegando a comprar sementes e virar sócio das fazendas para colher comida cultivada de maneira mais sustentável, sem agrotóxicos e com comercialização mais justa. “O ativismo nessa área tem ganhado corpo há 20 anos, mas nunca foi tão presente”, afirma Eric Holt Gimenez, diretor do Food First, instituto nos EUA para desenvolvimento de políticas alimentares.

O tom transgressor desse movimento fica claro no apelido que ele ganhou da revista Time: progressismo culinário. “Têm-se construído diversas práticas para mitigar o dano permanente causado pelo regime alimentar corporativo, baseado na produção em massa e na industrialização”, diz Gimenez. Um dos principais meios de ação desses ativistas é a criação de grupos que buscam parcerias com produtores locais dispostos a oferecer alimentos sem o intermédio de supermercados ou distribuidores. Isso encurta o caminho do produto (economizando viagens de caminhão para centros de distribuição e reduzindo até a poluição causada por elas) e estreita o laço com as famílias que trabalham na terra. “O alimento é muito importante para estar nas mãos de apenas algumas corporações”, defende Harriet Lamb, da The Fairtrade Foundation, entidade que luta por melhores políticas sociais e econômicas de consumo no mundo. Esses grupos, que despontaram no final da década de 90 nos EUA e em 2001 na França, polinizaram terras do mundo todo, inclusive do Brasil.



CONSUMIDORES, UNI-VOS

Quando chegou ao país, há três anos, o alemão Hermann Pohlmann plantou a ideia de fazer aqui algo que já desenvolvia com amigos em sua terra natal. Ele passou a reunir pessoas em um grupo de CSA (sigla em inglês para agricultura sustentada pela comunidade). “Era um conceito totalmente novo no Brasil. Tive dificuldade para convencer os produtores de que seria viável.”

Os CSAs costumam funcionar assim: o produtor oferece ações de sua fazenda e os consumidores tornam-se sócios-investidores, dividindo os custos (como sementes, terra, material para plantio etc.), e tendo direito a parte dos alimentos produzidos ali. O agricultor tem dinheiro antecipado para sua produção, e os consumidores, alimento de qualidade garantido.

Em Botucatu (SP), cidade já tradicional no cultivo de orgânicos, Pohlmann fundou o primeiro CSA do Brasil. Hoje são 145 participantes que vivem na região ou na capital paulista e pagam uma taxa

mensal de R\$ 150 a R\$ 170 para ter direito a uma cota semanal de 1 litro de leite, 1 queijo e 200 gramas de manteiga, além de verduras, legumes e hortaliças. “Uma família com dois filhos pode comprar três cotas para suprir sua alimentação”, diz Pohlmann. Os produtos são retirados toda semana em um ponto comercial da cidade.

O grupo de CSA responde por cerca de 20% da renda das três famílias de agricultores envolvidas no projeto — os 80% restantes são conseguidos em feiras de orgânicos. “Mas a ideia é que consigam se sustentar somente a partir do grupo. Isso será possível quando atingirmos 400 integrantes”, diz Pohlmann. Desde o surgimento do CSA de Botucatu, outros foram criados em Campinas (SP), Nova Friburgo (RJ), Maria da Fé (MG) e Parelheiros, bairro da capital paulista, mostrando que a ideia tende a se espalhar por aqui.

Os coletivos de consumo já são um fenômeno mundial. Na França, há 1.600 deles, sob a sigla Amap (Associações para a Preservação da Agricultura Camponesa). Eles entregam regularmente 66 mil caixas de alimentos para cerca de 270 mil associados. Ao aderir a uma Amap, os compradores lidam diretamente com os produtores, pagando meses antes da colheita pelas frutas e hortaliças.

Nos EUA, o modelo vai além. Em alguns casos, famílias criam um fundo para arrendar uma propriedade a longo prazo, de forma que os próprios filhos dos produtores possam perpetuar o trabalho iniciado pelos pais. Em outros, pessoas se reúnem em projetos de financiamento coletivo para incentivar a produção artesanal de comida.

Foi o que aconteceu com o agricultor Gudelio García em Nova York. Em 2010, ele criou uma pequena fazenda para cultivar ervas, temperos e vegetais da culinária mexicana. A demanda foi tanta que a produção se tornou insuficiente. Os consumidores fiéis colocaram, em julho de 2012, um projeto no Kickstarter — maior site de financiamento coletivo no mundo — para permitir que ele aumentasse a fazenda. Em menos de um mês, US\$ 5 mil foram rateados pelos compradores, que criaram, então, um grupo para adquirir produtos diretamente da fazenda. “Em 10 anos, a quantidade de coletivos assim deve dobrar”, diz Pohlmann.



FORA, INTERMEDIÁRIOS!

Tornar-se corresponsável pela produção de alimentos é um nível elevado do progressismo culinário. Mas existem outras maneiras de se envolver na causa. Tendência nos EUA, França, Alemanha e Austrália, nos Grupos de Consumo Responsável (GCR) as pessoas não arrendam a terra dos pequenos agricultores, mas se reúnem para firmar uma parceria comercial e controlar de onde vem a comida. A compra é feita coletivamente, possibilitando aos produtores vender um volume maior enquanto os compradores têm garantida a procedência do alimento. “Os participantes se propõem a transformar o consumo de alimentos em um ato político”, diz Thaís Mascarenhas, economista do Instituto Kairós, ONG voltada para a

promoção e difusão do comércio justo. Segundo a organização, no Brasil, já são mais de 20 coletivos desse tipo.

Criada em 2001, a Rede Ecológica, do Rio de Janeiro, é pioneira entre os GCRs no Brasil. “Queríamos sair da posição passiva de ir a um supermercado e só poder comprar o que está nas gôndolas, sem saber de onde vêm os alimentos”, afirma Miriam Langenbach, uma das integrantes do grupo. O trabalho começou com o mapeamento dos produtores locais: foi preciso levantar quem eram as famílias de agricultores no entorno e elencar o que cada uma produzia. “É bater na porta do produtor, conhecer seu espaço, ser apresentado para sua família”, diz. Depois foi preciso divulgar a proposta para mais interessados para formar uma rede de consumo que compensasse para o agricultor.

Hoje, a relação direta entre os 170 associados que compram regularmente de cerca de 90 agricultores permitiu desenvolver a produção do entorno da capital fluminense, em cidades como Seropédica, Brejal, Tinguá, Teresópolis e Rio da Prata. Além disso, deu a chance de que pequenos produtores e cooperativas de outros estados, como Mato Grosso e Acre, fornecessem alimentos que não são cultivados no Rio (como castanhas, palmito e pequi).

Atualmente, os integrantes do grupo pagam R\$ 30 para ter direito a aquisições mensais de alimentos e R\$ 60 para semanais. Esse dinheiro ajuda a manter a rede funcionando — é preciso pagar despesas como aluguel do espaço para distribuição dos produtos, além do transporte da propriedade rural até a cidade. A exclusividade é garantida. Só quem faz parte da rede tem direito a comprar os alimentos, num máximo de R\$ 440 por mês, valor que vai diretamente para o produtor.

Como em outros grupos do tipo, os alimentos precisam ser retirados em um local preestabelecido. A comodidade de recebê-los em casa foi dispensada para que as pessoas sejam mais ativas no negócio. “Cada um deve se comprometer a participar de atividades 10 horas por ano”, afirma Miriam. Entre os afazeres, estão organizar a bancada de alimentos, conferir e atualizar as planilhas de vendas e valores de produtos. “Por ser uma proposta coletiva e autos-sustentável, é imprescindível que todo mundo faça a coisa acontecer.”

Em Piracicaba (SP), a Rede Guandu também promove a comercialização de produtos da agricultura familiar. “A ideia era revalorizar o conceito de local e fomentar a economia dos agricultores da região fazendo mais do que ir à feira”, afirma Andre Toshio, um dos fundadores da iniciativa. “O principal é criar uma interdependência entre consumidores e produtores, fazendo com que um necessite do outro, não apenas economicamente.”

No início, a rede contava com cinco integrantes, amigos na Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz (Esalq), da USP, que se juntaram para comprar de produtores que já conheciam, por causa da faculdade. Conforme a coisa cresceu, passaram a ter dificuldade em gerenciar os pedidos, até então feitos por e-mail.

Em parceria com o Centro de Informática da Esalq, arrecadaram, por meio de financiamento público, R\$ 28 mil para desenvolver um software para gestão de pedidos. Com o programa, ampliaram o grupo para os 40 consumidores semanais que têm hoje. “O software é específico para os GCRs e a ideia é torná-lo livre para que coletivos no país inteiro possam se organizar e até se formar de maneira mais organizada”, conta Toshio.



POR UM NOVO CONSUMO

Com sua propagação, o progressismo culinário deve recriar a maneira como lidamos com nossa comida. “Se não conseguimos comprar aquilo que queremos, é preciso inventar novas formas de produzir, comercializar e consumir”, diz o chef José Barattino, de São Paulo, que busca ter produtores familiares entre seus fornecedores. “Precisamos de uma reviravolta.”

Pohlmann acredita que essa mudança poderá transbordar de nossos pratos. “No futuro, poderemos ter um médico sustentado por um grupo de 50, 60 pessoas. Com o valor que ganha por mês desses pacientes, teria independência financeira e motivação para cuidar bem de nossa saúde.”

Seja no universo dos garfos e facas ou dos bisturis, cresce a busca por maneiras mais pessoais de consumir. “Estamos ficando cansados de nos relacionar só com prateleiras”, diz Toshio. “Queremos restabelecer a relação com as pessoas”, afirma. A solução pode passar por algo tão simples como pegar um punhado de cenouras ou tomates até mesmo do quintal do vizinho.

TODOS POR UM

Como organizar um grupo de consumo responsável

DEFINA OS PRODUTOS > Para listar o que será comprado veja quais são os itens produzidos localmente. Os sites do Fórum Brasileiro de Economia Solidária (fbes.org.br) e Faces do Brasil (facesdobrasil.org.br) ajudam na busca de agricultores familiares.

DIVERSIFIQUE > Um grupo consolidado conta com mais de 10 produtores. Isso aumenta a variedade de itens e ajuda a garantir o abastecimento.

ORGANIZE A LOGÍSTICA > Produtos frescos devem ser entregues toda semana enquanto os não perecíveis podem ter prazos mais extensos. Para reduzir custos, um motorista contratado pode passar nas hortas e trazer os produtos a um local fixo: pode ser um colégio ou um centro cultural, por exemplo.

CRIE UMA BOA GESTÃO > É preciso organização para receber o dinheiro, pagar os produtores, controlar os pedidos etc. Defina cargos e responsabilidades para os próprios membros. Será preciso que todos dediquem algumas horas mensais ao trabalho.