

Eixo Temático: Inovação e sustentabilidade

UMA VISÃO SCHUMPETERIANA SOBRE OS PROCESSOS DE INOVAÇÃO EM FEIRAS LIVRES

A SCHUMPETERIANA VIEW ABOUT THE INNOVATION PROCESSES IN FREE FAIRS

Eduardo Gilvan Dutra e Gustavo Pinto Da Silva

RESUMO

Recentemente grandes empresas agroalimentares vêm buscando apropriar-se de mercados que antigamente eram abastecidos por agricultores locais. Diante desse contexto, objetivou-se identificar as inovações praticadas pelos agricultores familiares feirantes, que garantem sua atuação no mercado através das feiras livres. Para isso, foram utilizados os conceitos descritos por Schumpeter de “inovação” e “empresário”. Os procedimentos metodológicos tratam de um estudo de caso com as feiras livres de Santiago-RS, Brasil, onde foi utilizado o método da observação durante a permanência das feiras no mês de julho de 2015, através de anotações em diário de campo e fotografias. Assim, foi possível se misturar aos acontecimentos sociais ocorridos durante as feiras, e se ter maior familiaridade com o problema estudado. Como resultados observou-se a introdução de novos produtos no mercado, uso de novas combinações dos insumos a fim de substituir os empregados na produção convencional de alimentos, nova organização do mercado alimentar a partir das feiras livres, bem como manifestação de características de empresário por parte dos agricultores feirantes. Conclui-se que em grande parte as inovações e os agricultores assemelham-se aos conceitos descritos por Schumpeter, todavia esses não podem ser generalizados.

Palavras-chave: Inovação, Schumpeter, alimentos, feiras livres, mercados alternativos.

ABSTRACT

Recently, large agri-food companies have been seeking the appropriation of markets which were formerly supplied by local farmers. In this context, this study aimed to identify the innovations practiced by the family farmers stallholders, who ensure their performance in the market through free fairs. For this, the used concepts were described by Schumpeter, of "innovation" and "entrepreneur". The methodological procedures involve a case study with the free fairs of Santiago-RS, Brazil, where it was used the method of observation during the stay of fairs in July 2015, through notes in field diary as well as photographs. Thus, it was possible to follow the social events during the fairs, providing greater familiarity with the studied problem. As results, it was observed the introduction of new products on the market, the use of new elements combinations to replace the ones used in conventional production of food, new organization of the food market through the fairs, as well as the manifestation of entrepreneur characteristics in the stallholders farmers. It is concluded that in its majority, the innovations and the farmers are similar to the concepts described by Schumpeter, however they cannot be generalized.

Keywords: Innovation, Schumpeter, foods, free fairs, alternative markets.

1 INTRODUÇÃO

O Brasil carrega consigo uma forte dependência econômica desde sua colonização a partir de 1500, onde se teve um marcante processo exploratório pelos portugueses dos recursos naturais que eram enviados para a metrópole, e que hoje em diferentes esferas modelam a economia brasileira. Mais tarde em 1951 com a formação da Comissão Mista Brasil-Estados Unidos (CMBEU) se delinearam planos econômicos setoriais específicos, principalmente em transportes e energia, formando um conjunto de planos de investimento no país e aumentando ainda mais dependência histórica vivida no Brasil, e que se mistura com a divisão internacional do trabalho (GIAMBIAGI, 2011).

Todavia, recentemente, países da América Latina e demais países em desenvolvimento passaram a conviver com uma nova consequência resultante da divisão internacional do trabalho, que é a competitividade dos *non-traditional food exports*, visto por alguns analistas como estratégia crucial das empresas agroalimentares dominantes do mundo para a dominação de novos mercados (WILKINSON, 2004). Dentre esses produtos se encontram as frutas, verduras, peixes e embutidos, impulsionados pelo comércio nas redes supermercadistas globais que de forma agressiva buscam conquistar espaço mesmo nas pequenas cidades, através de um processo conhecido na literatura especializada de regionalização dos canais de suprimento (WILKINSON, 2004).

Wiskerke (2009) chama atenção para falta do “fator humano” nessas modalidades comerciais, onde tais relações passaram a se configurar por um número em massa de circuitos anônimos. Ainda para esse autor, para compensar a falta de conhecimento de quem produz os alimentos, cada vez mais se tem um número crescente de formalizações e regulamentos de qualidade, que muitas vezes acabam por extrair as características naturais e organolépticas dos alimentos, alargando ainda mais os elos com o local de onde foi produzido. Assim, é esse distanciamento entre quem produz e quem consome, a oferta constante dos mesmos produtos, o alto grau de processamento, e a crescente formalização dos processos, que caracterizam os mercados convencionais ou tradicionais de aquisição de alimentos.

Nesse contexto, surgem as discussões em torno dos circuitos alternativos de produção e comercialização, e a reaproximação dos agentes envolvidos nas relações de compra e venda. Roep e Wiskerke (2012) distinguem regimes globais e regimes alternativos de alimentos. Por um lado, o comércio de produtos em regimes globais trata-se da industrialização e globalização da produção de alimentos, expansão das cadeias globais de valor e concentração econômica na indústria de processamento e varejo. Por outro lado, redes alternativas surgem da construção de alianças entre produtores e consumidores e criam espaços experimentais para desenvolver novas práticas de fornecimento de mantimentos (ROEP e WISKERKE, 2012). Os autores alegam que esses regimes criam uma sinergia entre os agentes, gerando uma sintonia com os seus valores, normas, necessidades e desejos, onde se valoriza as fontes locais, resultando em alimentos de qualidade distintas. Esses alimentos por sua vez, possuem particularidades sociais, culturais e ambientais no contexto “do local” em que se é produzido (ROEP e WISKERKE, 2012).

Oliveira *et al.* (2011) consideram que a produção de novidades trata-se de uma forma de fazer frente à imposição dominante da modernização agrícola onde se produz “uniformidade” em grande escala. Além disso, é uma forma de otimizar os meios de produção, levando em conta os saberes locais, sociais e tradicionais. Oliveira *et al.* (2011), comentam que a história da agricultura por si só trata-se da produção de novidades, visto que os agricultores estabelecem relações bem sucedidas com os meios de produção que manejam desde gerações passadas, ao passo que reproduzem a todo instante novas técnicas de adaptação e criação de produtos.

Sendo assim, é possível notar que dentro dos circuitos alternativos de comercialização, e nesse estudo de caso das feiras livres, inúmeras são as manifestações de inovações e novas combinações a fim de se ofertar novidades praticadas pelos agricultores. Partindo de uma visão mais profunda do caso, em muitos aspectos essas inovações se relacionam com as descritas por Schumpeter em seu livro *Theory of Economic Development* de 1911. A maneira com que os produtos são organizados comercialmente nas feiras livres se diferem de como ocorre nos pontos tradicionais de aquisição de alimentos. O comércio de frutas e hortaliças orgânicas respondem pela introdução de um novo produto no mercado, bem como o uso de “novos insumos” para produção, quando comparados com os da agricultura convencional. Todas essas características anteriormente citadas foram descritas por Schumpeter, e de forma empírica podem ser trazidas para realidade de diversos setores produtivos, e até mesmo para as pequenas economias.

Assim, diante das várias heterogeneidades que um país apresenta, “recortes” da realidade muitas vezes se mostram como formas eficientes de compreender os processos de inovação no âmbito regional, supranacional ou ainda setorial (SBICCA e PELAEZ, 2006). Avaliando uma microrregião, é possível notar que o compartilhamento entre os atores das mesmas experiências, de uma mesma língua e cultura, refletem a organização desses e sua relação com a inovação. Ainda mais,

Existem motivos para se analisar o processo de inovação utilizando um recorte espacial distinto do nacional. A inovação pode ocorrer num determinado local ou numa região e apresentar características cumulativas, contando com economias de aglomeração que propiciam um espaço privilegiado de troca de informações e de experiências produtivas. (SBICCA e PELAEZ, 2006, p. 423).

É nesse cenário que se insere este estudo, tendo como objetivo geral, através de um breve referencial teórico, aplicar os conceitos de “inovação” e “empresário” baseados em Joseph Alois Schumpeter (1883-1950) a um setor produtivo pouco estudado por pesquisadores da inovação, as feiras livres. Como objetivos específicos, se busca identificar manifestações de inovação praticada por feirantes, bem como apontar características do empresário Schumpeteriano nesses.

O trabalho ganha relevância, uma vez que o estudo focado na inovação através de determinados setores ou regiões, tende auxiliar na criação de políticas de coordenação inter-setorial, inter-regional e mesmo nacional (SBICCA e PELAEZ, 2006). Não obstante, busca identificar ações de inovação praticadas pelos agricultores familiares feirantes, que garantem a capacidade de concorrência de seus produtos no mercado. As feiras livres mesmo que por vezes esquecidas aos olhos das instituições e dos próprios consumidores, se mostram como um dos circuitos alimentares de Santiago-RS, vendendo não apenas um produto, mas também relações sociais e culturais que em alto grau se identificam com a identidade sociocultural de uma comunidade.

2 REVISÃO DE LITERATURA

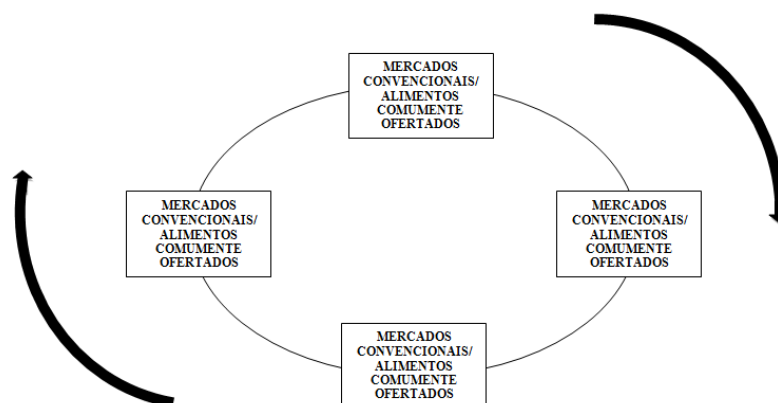
Muitos pesquisadores que estudam crescimento e/ou desenvolvimento econômico consideram a implementação de novas tecnologias ou novos processos produtivos como fundamental para a efetivação de tais fenômenos. Todavia, Schumpeter considera a inovação como sendo o núcleo de sua teoria.

Para este autor, antes do aparecimento da inovação, ou das “novas combinações” na economia, essa se caracteriza como sendo um fluxo circular em equilíbrio, onde os processos de produção são rotineiros, os lucros são normais, existe pleno emprego nos mercados de bens, de trabalho e de capitais, e a poupança necessária para o investimento é uma função

constante do nível de renda corrente (SOUZA, 2005). Analogamente, Schumpeter (1982, p. 45) ressalta o “fluxo circular”, demonstrado na figura 01 como “[...] correndo essencialmente pelos mesmos canais, ano após ano – semelhante à circulação do sangue num organismo animal”. Esse “fluxo circular” descrito pelo autor se “quebra”, ou passa a ser descontínuo, a partir do momento em que se introduz uma nova técnica de produção, o que então pode ser considerado como evolução econômica ou desenvolvimento (Schumpeter, 1982). Outrossim, ressalta-se que desenvolvimento

[...] é um fenômeno distinto, inteiramente estranho ao que pode ser observado no fluxo circular ou na tendência para o equilíbrio. É uma mudança espontânea e descontínua nos canais do fluxo, perturbação do equilíbrio, que altera e desloca para sempre o estado de equilíbrio previamente existente. (SCHUMPETER, 1982, p. 47).

Figura 01: Fluxo Circular segundo uma visão Schumpeteriana para mercados convencionais de alimentos.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Essas perturbações no equilíbrio são cotidianas no dia a dia do comércio e das indústrias, e não da necessidade dos consumidores¹. Schumpeter (1982) alega que o produtor é o indutor das mudanças econômicas, e os consumidores muitas vezes são educados e ensinados a quererem coisas novas que diferem das que comumente são encontradas.

Três elementos fundamentais são destacados pelo autor para que se concretize o desenvolvimento como descrito, sendo eles: novas combinações, o empresário e o crédito.

Entende-se por “novas combinações”, as diferentes formas de combinar os insumos e as habilidades, surgindo novos produtos externamente ao fluxo circular e de forma descontínua (Schumpeter, 1982). Esse conceito engloba cinco maneiras de manifestações: 1) Introdução de um novo produto no mercado, ou uma nova qualidade de um bem; 2) Introdução de um novo método de produção, podendo ser entendido como uma nova maneira de operar comercialmente uma mercadoria; 3) Abertura de um novo mercado; 4) Obtenção de novas fontes de oferta de matéria-prima seja já existente ou criada; e 5) Uma nova organização do mercado (Schumpeter, 1932, p. 48-49).

¹Schumpeter descarta a importância dos gostos dos consumidores, alegando que quando ocorrem mudanças espontâneas e descontínuas por parte desses, isso se trata apenas de mudanças de dados, a qual o homem de negócios deve enfrentar. O autor ainda alega que são oportunidades para avaliarem seu comportamento, e se necessário mudar os dados naturais, sem requer nenhum método novo. Assim parte-se do pressuposto que os gostos são “dados” (Schumpeter, 1982).

Logo, se entende como empreendimento a realização de novas combinações, e empresário², o indivíduo cuja função é realizá-las (Schumpeter, 1982). Então esses indivíduos são entendidos como portadores dos mecanismos de mudança. Diferem-se de capitalista, financistas, gerentes operacionais, lideranças militares ou pessoas cuja função é controlar a qualidade dos produtos numa linha de produção. Para Schumpeter (1982, p. 56),

[...] alguém só é um empresário quando efetivamente “levar a cabo novas combinações”, e perde esse caráter assim que tiver montado o seu negócio, quando dedicar-se a dirigi-lo, como outras pessoas dirigem seus negócios. Essa é a regra, certamente, e assim é tão raro alguém permanecer sempre como empresário através das décadas da sua vida ativa, quanto é raro um homem de negócios nunca passar por um momento em que seja empresário, mesmo que seja em menor grau.

Esse empresário inovador, bem como a criação de mercados alternativos foi reconhecido por outros autores em outros trabalhos. Rodrigues *et al* (2010), em sua pesquisa constatarem uma mudança de estilo de vida de um casal agricultor dedicando-se a produção de chás orgânicos comercializados em uma feira livre de Porto Alegre/RS. Além de atuarem em um mercado alternativo, o casal desenvolveu uma técnica baseada em conhecimentos empíricos para secagem do chá, onde criou-se um produto diferenciado daqueles encontrados nos pontos tradicionais de comercialização, bem como passaram utilizar diferentes métodos de produção.

Nesse mesmo estudo Rodrigues *et al* (2010) identificaram um casal de agricultores que ao sentirem falta de pimentas orgânicas nos pontos tradicionais de comercialização de Porto Alegre/RS, criaram uma agroindústria especializada no ramo que atua tanto em feiras livres do município, quanto fornece produtos para estabelecimentos de alimentos saudáveis. Além da introdução desse novo produto no mercado, os agricultores viram a necessidade de aperfeiçoarem-se nos aspectos visuais do produto. Assim, criaram uma marca própria e desenvolveram embalagens que garantissem um bom aspecto para comercialização nas feiras livres, ao mesmo tempo em que pudesse compor cestas de café da manhã de lojas especializadas.

Santos *et al* (2013) identificaram em seu trabalho desenvolvidos com feirantes da Orla de Olinda-PE a manifestação de agricultores cuja a produção prima pela sustentabilidade, abandonando as formas convencionais de produção. Foi identificado que o maior diferencial dos produtos comercializados na feira está na exclusividade de certas variedades de produtos em seu estado natural, ou seja, sem ser em polpa ou processado. Além disso, Santos *et al* (2013) alegam que o contato direto entre produtores e consumidores também responde como uma forma de inovação quando comparado ao atendimento dos tradicionais pontos de comercialização, uma vez que se tem a reaproximação dos atores, e uma maior troca de saberes.

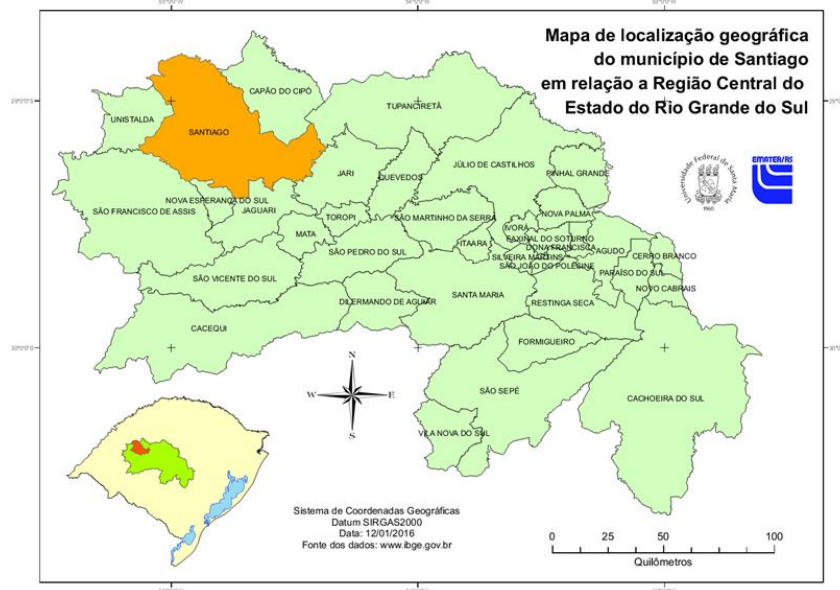
3 METODOLOGIA

Para esse estudo foi escolhido o caso das inovações que acontecem nas feiras livres do município de Santiago/Rio Grande do Sul, Brasil. Esse município está localizado na região

² Nesse trabalho, o termo “empresário” difere-se daquele utilizado pela visão neoclássica, onde tal se comporta visando unicamente a acumulação de capital. Utiliza-se como sinônimo de agricultor, uma vez que se buscou manter a originalidade dos termos empregados por Schumpeter.

central do estado (Figura 02), que segundo o Censo Demográfico de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apresentou 49.071 habitantes sendo que 90,4% de sua população fazia-se residente do meio urbano (IBGE, 2016). Essa baixa proporção de pessoas no meio rural mostra um estágio avançado do processo de êxodo rural iniciado na década de 60 com a Modernização Conservadora da Agricultura, indicando de um lado a predominância de latifúndios com criações extensivas e produção de cereais, e de outro um remanescente de pequenos minifúndios produtores de alimentos, caracterizados por serem de agricultura familiar.

Figura 02: Mapa de localização do município de Santiago-RS



Fonte: Colégio Politécnico (2016).

Esta pesquisa trata-se de um estudo de caso, através da observação dos fenômenos estudados em três feiras livres que funcionam semanalmente em lugares diferentes da cidade de Santiago: Hortomercado Municipal, Feira do Produtor Valdir Soares da Costa e Feira dos Orgânicos de Santiago. Juntas incluem 74 famílias de agricultores que comercializam frutas, hortaliças, mas também alimentos de origem animal e agroindustrializados.

A coleta de dados foi realizada por meio da observação, na medida em que os pesquisadores misturavam-se as atividades e práticas sociais relacionadas a realização das feiras, quando então podiam além de perceber melhor as características e particularidades desses circuitos de comercialização, também interrogar os agricultores durante a ação. A observação foi realizada com anotações em diário de campo, onde se registrava as rotinas e modos pelos quais os agricultores tratam o alimento desde o local de produção (estabelecimento rural) até chegar ao consumidor. Pesquisas dessa natureza respondem de forma mais tangível e real a compreensão de fenômenos organizacionais, políticos e sociais complexos (Yin, 2001). Em resumo

[...] o estudo de caso permite uma investigação para se preservar as características holísticas e significativas dos eventos da vida real – tais como ciclos de vida individuais, processos organizacionais e administrativos, mudanças ocorridas em regiões urbanas, relações internacionais e a maturação de alguns setores econômicos (YIN, 2001, p. 21).

A análise dos dados foi organizada por meio de um quadro interpretativo a partir da abordagem Schumpeteriana, apoiados sobre os elementos estruturais e processos específicos do fenômeno em estudo.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Considerando as cinco maneiras descritas como as inovações se manifestam, além das características do empresário inovador, é possível detectar várias semelhanças com a realidade vivida nas feiras livres de Santiago-RS. Os horários estipulados de funcionamento das feiras e o tempo de duração das mesmas (aproximadamente 2 horas) garantem a oferta de “produtos frescos”. Diferentemente da maioria das feiras, com o intuito de ajustar a feira com o final da jornada de trabalho dos consumidores, as Feiras Livre de Santiago são realizadas no turno da tarde, com início em torno das 17 horas.

É possível notar que os produtos ofertados seguem um padrão sazonal de produção, ou seja, é ofertado aquilo que está na época de produção nessa determinada região. Isso caracteriza uma nova qualidade de um bem, e que passa a ser percebida como diferente pelos consumidores, visto que nos pontos convencionais existem determinados produtos sendo ofertados durante todo o ano, manifestando uma desconexão com o local onde os mesmos foram produzidos.

Também existem peculiaridades inerentes aos produtos ofertados. Durante o período de observação das feiras foi observado a oferta de frutas que passam por processos simples de limpeza e cortes, os quais os agricultores alegam que são para se fazer “doce de calda”. Entre esses produtos estão o figo, a “laranja azeda”, o mamão ralado e a abóbora, todos picados e limpos para serem processados e tornarem-se doces. Isso mostra uma exclusividade de produtos encontrados em feiras, a introdução de um novo produto no mercado, novas formas de comercializar um alimento, e ainda a visão do agricultor em manipular de diferentes maneiras os produtos a serem ofertados. Tais processos comprovam-se na medida em que esses produtos não são comumente encontrados nos supermercados para o consumo do cliente da maneira como se encontram nas feiras.

No ano de 2015, foi inaugurada em Santiago-RS com as devidas certificações legais, uma agroindústria chamada “Sabor do Paraíso”³ que confecciona pães, bolachas, roscas e cuecas viradas. A legalização dessa agroindústria atualmente possibilita o comércio desses produtos além da feira Valdir Soares da Costa, nos programas institucionais tais como Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), e Programa de Aquisição de Alimentos (PAA). Nesse aspecto se observa a partir das certificações a abertura de um novo mercado representado pelo comércio de panifícios para os mercados institucionais.

Existem variedades de olerícolas folhosas que dificilmente se encontram nos pontos tradicionais de comercialização, uma vez que os agricultores produzem devido a questões culturais e as tradições passadas ao longo de gerações. São exemplos a radiche, a chicória, a couve em maço e o espinafre. Acredita-se que uma das razões da dificuldade esteja relacionada com o processo produtivo ter cunho artesanal, o que inviabiliza a produção em larga escala e faz com que se perca o interesse por parte das grandes empresas do setor

³ Disponível em: < <http://www.santiago.rs.gov.br/noticia/2451/16-07-2015/a-hora-e-a-vez-das-agroindustrias-municipio-apoia-o-trabalho-das-familias-rurais>>. Acesso em: 09 jun. 2016 a.

agroalimentar de produzirem, garantindo de certa forma exclusividade de produção aos agricultores familiares.

Quanto a novos métodos de disponibilizar comercialmente um produto, se observou diferenciais em algumas olerícolas. Dentre eles, os agricultores alegaram que a colheita da rúcula com grande parte de matéria verde, ou com o “pezinho”, dão as folhas aspectos de maior vivacidade, bem como garantem um maior tempo de conservação destas na geladeira. Outra prática utilizada pelos agricultores se dá na oferta de couve picada e embalada, uma vez que alegaram que assim ofertada consegue-se tirar as partes danificadas das folhas, mas não as perde-las por inteira. Processos como esses novamente mostram a capacidade dos agricultores operarem de diferentes maneiras os insumos e fazerem “novas combinações”.

O contato direto entre produtor e consumidor cria uma relação de reciprocidade ou ainda de confiança entre os atores. Isso foi se perdendo ao longo dos tempos, uma vez que os sistemas agroalimentares passaram a ser globalizados e grandes empresas assumiram a dominância do mercado ofertando produtos em lugares muitas vezes sem a mínima relação com seu lugar de origem, tendo como objetivo a especulação e acumulação de capital. Isso resultou num processo onde quem produz os alimentos não sabe quem os consumirá, bem como quem consome não sabe quem os produziu. Essa reaproximação entre produtores e consumidores, sendo ainda a mesma pessoa que produziu comercializar, configura novas maneiras de expor comercialmente os alimentos (Figura 03). A confiança no agricultor é uma base que transcende para a acreditação em estar se tratando de um alimento com uma qualidade superior, produzido com cuidados superiores em relação aqueles produzidos nas formas convencionais de produção.

Figura 03: Aproximação entre produtores e consumidores



Fonte: Acervo pessoal

A oferta de frutas e hortaliças orgânicas (Figura 04) numa feira localizada no centro de Santiago-RS se mostrou como uma atividade que até então não era reconhecida nos pontos tradicionais de comercialização. Junto a esse tipo de alimento, vem à mente o consumo de um produto “mais limpo”, livre de agroquímicos e produzido de forma sustentável. A produção

orgânica do município é certificada⁴ pela Rede Ecovida, o que ajuda a garantir a legitimidade frente aos consumidores de estar se tratando de um alimento com ausência dos insumos sintéticos utilizados na produção convencional (baseado em compostos químicos) de alimentos. Portanto, é um alimento reconhecido como portador de propriedades naturais e com propriedades específicas que não podem ser encontradas em alimentos convencionais. Essa forma de produção responde a três manifestações das novas combinações Schumpeterianas, sendo elas: a abertura de um novo mercado (nova feira livre), introdução de um novo produto no mercado (através do comércio de alimentos orgânicos), e a obtenção de novos insumos para produção (insumos sem substâncias sintéticas).

Figura 04: Comércio de produtos orgânicos certificados no município de Santiago-RS



Fonte: Acervo pessoal.

Schumpeter (1982) considerou o empresário como sendo alguém distinto, exótico e portador de mecanismos de mudanças, muitas vezes passando a ofertar coisas desconhecidas para os consumidores. Da mesma maneira, esses produtores acabam “educando” os consumidores a consumirem aqueles novos produtos ofertados. Na feira dos orgânicos do município, as feirantes utilizam de uma prática que em muito se relaciona com os preceitos Schumpeterianos. Trata-se da distribuição de folhetos informativos que descrevem o que de fato é um alimento orgânico, a sua importância, as diferenças entre os alimentos produzidos de forma convencional, e de que forma podem ser consumidos, como demonstrado na figura 05. Pode-se notar que essa prática se mostra como uma maneira de instruir o consumidor a consumir aquilo que é produzido pelos agricultores.

Figura 5: Folheto informativo distribuído pelos feirantes orgânicos de Santiago-RS

⁴ A partir de julho 2015, os agricultores associados à Associação de Produtores Orgânicos de Santiago (APOS) receberam a certificação de produtores orgânicos através do processo participativo junto à Rede Ecovida. Disponível em: <<http://www.santiago.rs.gov.br/noticia/2437/13-07-2015/produtores-de-organicos-de-santiago-conquistam-certificado-100-da-rede-ecovida>>. Acesso em: 09 jun. 2016 b.



Alimentos Orgânicos

O que são:

Os alimentos orgânicos são aqueles que utilizam, em todos seus processos de produção, técnicas que respeitam o meio ambiente e visam a qualidade do alimento. Desta forma, não são usados agrotóxicos nem qualquer outro tipo de produto que possa vir a causar algum dano a saúde dos consumidores.

Agricultura orgânica: frutas, legumes e verduras

Na agricultura, por exemplo, utilizam-se apenas sistemas naturais para combater pragas e fertilizar o solo. Embora apresentem praticamente as mesmas propriedades nutricionais dos alimentos inorgânicos, os orgânicos apresentam a vantagem de serem mais saudáveis, pois não possuem agrotóxicos. Também são mais saborosos.

Benefícios e Vantagens:

Os alimentos são mais saudáveis, pois são livres de agrotóxicos, hormônios e outros produtos químicos.

-São mais saborosos;

-Sua produção respeita o meio ambiente, evitando a contaminação de solo, água e vegetação

-A produção usa sistemas de responsabilidade social, principalmente na valorização da mão-de-obra.

Desvantagens

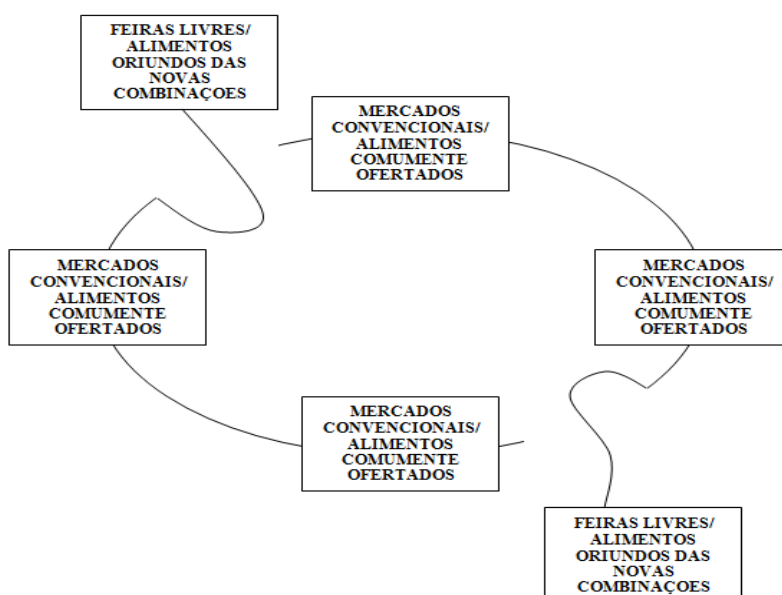
A única desvantagem é que são mais caros do que os convencionais, pois são produzidos em menor escala e os custos de produção também são maiores.

Fonte: Acervo pessoal

No que tange a obtenção de novos insumos, vários foram os relatos de agricultores sobre a confecção do seu próprio adubo nas propriedades. Esse processo se dá através da formação de compostagem com a reutilização da sobra de alimentos, cascas de frutas e demais matérias orgânica. Vale atentar-se que o agricultor substitui os tradicionais adubos utilizados na agricultura convencional, fazendo uma reorganização dos insumos disponíveis na propriedade (formando novas combinações), além de produzir de maneira mais sustentável e menos agressiva ao meio ambiente.

Levando em conta os mercados e supermercados como pontos de referência na compra de alimentos, a existência das feiras livres por si só mostram-se como uma inovação, uma vez que rompem com as tradicionais formas de aquisições de alimentos, perturbando o fluxo circular da economia e criando novas alternativas para aquisição de alimentos, como demonstra a figura 06. Ou seja, a partir dessas, se tem uma reorganização dos mercados alimentares, novas possibilidades de aquisição de alimentos, produtos que remetem ao passado vivido por parte de alguns consumidores que produziram esses alimentos em anos antecedentes, bem como a oferta de produtos oriundos do próprio município.

Figura 06: Perturbação no fluxo circular causado pelas novas combinações nos espaços de aquisição de alimentos numa visão Schumpeteriana.



Fonte: Elaborado pelos autores.

Assim, os circuitos alternativos representam modos diferentes de se dispor e relacionar com os mercados frente a tradicional forma dos mercados convencionais. Nos convencionais, se tem produtos que são encontrados rotineiramente, produtos que passaram por uma série de processos e normas que muitas vezes aprofundam ainda mais o anonimato com quem os produziu, sem ter o agente produtor frente do alimento como representação de qualidade e confiança, bem como uma plena desconexão com o local de onde foi produzido. No quadro 01, são destacados os principais elementos diferenciadores dos produtos encontrados nas feiras livres e nos pontos convencionais de comercialização.

Quadro 01: Características que diferenciam os mercados tradicionais de aquisições de alimentos e os mercados alternativos de aquisição de alimentos.

(continua)

| QUESTÃO ABORDADA | MERCADOS TRADICIONAIS DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS | MERCADOS ALTERNATIVOS DE AQUISIÇÃO DE ALIMENTOS |
|--|---|--|
| Geografia agroalimentar da produção | Desconectado com o local de produção, transportado por longas distâncias. | Baseado em circuitos curtos de produção e comercialização. |
| Produtor | Desconhecido. | Próximo, relação de amizade e de confiança. |
| Sustentabilidade Ambiental | Soluções técnicas para resolução dos problemas, tais como programas de redução de emissão de carbono. | -Busca pela redução do uso de agroquímicos nas propriedades que não são orgânicas; -Produção orgânica; -Compostagem. |
| Qualidade organoléptica e diversidade | Fim de cadeia, alto grau de processamento pela indústria, alimentos padronizados. | Produção de novidades, reorganização dos insumos, quando os alimentos são processados acontecem por agroindústrias familiares. |

(conclusão)

| | | |
|-----------------------------------|---|---|
| Confiança dos consumidores | Programas de qualidade e garantia de segurança, etiquetas, marcas, rastreamento. | Relações de confiança entre os atores, laços familiares e de amizade. |
| Saúde | Engenharia de alimentos inspecionando (alimentos como um transportador de vitaminas, calorias, proteínas, nutrientes etc.). | Concentra-se no padrão de estilo de vida, dieta e hábitos alimentares: mais alimentos frescos e menos de conveniência e produtos transformados. |

Fonte: Elaborado pelos autores, baseado em Sonnino e Marsden (2006).

Através da síntese do quadro foi possível observar a diferença entre o que é produzido e comercializado localmente, e o que está desconectado. Nas feiras livres os agricultores e consumidores possuem papel ativo, onde juntos criam uma sinergia de mudança de hábitos alimentares. O contato face a face dá espaço a relações humanas onde se explica as qualidades intrínsecas ao alimento, bem como em muitas vezes até mesmo a troca de receitas. Se estabelece um processo de produção menos agressivo ao meio ambiente, onde não se tem longas viagens dos produtos reduzindo as *food miles*, oferta de produtos com maior frescor, bem como oferta de variedades pouco vistas em pontos comerciais de aquisição de alimentos (GOODMAN, 2003).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista os objetivos propostos pelo trabalho, foi possível obter resultados satisfatórios, uma vez que de diferentes maneiras e em diferentes graus foi possível averiguar semelhanças entre as novas combinações propostas por Schumpeter, bem como manifestações e atitudes de empresário como indutor de novas combinações por parte dos agricultores. A capacidade de manipularem os insumos, como, por exemplo, vender a couve picada para não perder toda folha, ou preparar o próprio adubo baseado em restos de matéria orgânica, mostra a capacidade que esses tem de produzir novas combinações, ao mesmo tempo em que reduzem perdas monetárias na produção.

A produção de frutas e hortaliças orgânicas, ao mesmo tempo em que se mostra como a introdução de novos produtos no mercado, garante a abertura de um novo mercado até então desconhecido em Santiago-RS, bem como a utilização de novos insumos, uma vez que não podem ser os mesmos empregados na agricultura convencional. O agricultor mostrou-se mais uma vez muito próximo do empresário descrito por Schumpeter quando passou a distribuir folhetos informativos sobre as qualidades intrínsecas aos produtos orgânicos, uma vez que ele está “educando” o consumidor a consumir algo diferente ou novo.

Todavia, apesar das várias semelhanças que ocorrem nas feiras livres com os conceitos de novas combinações e empresário descrito por Schumpeter, a totalidade dos fatos não pode ser considerada unidimensional. Isso porque nada garante que essas quebras no fluxo circular, baseadas nas feiras livres, serão resultados de uma mudança eterna como Schumpeter descreveu. Políticas restritivas de comércio em ambientes públicos, fiscalizações mais severas, ou imposição de novos impostos podem acabar inviabilizando esse tipo de comércio. Ainda, observou-se o ajuste dos horários das feiras com o horário de saída dos consumidores

de seus trabalhos, algo desconsiderado por Schumpeter, uma vez que os gostos são dados e o consumidor não influencia na tomada de decisões do empresário.

Por fim, observou-se que os mercados alternativos rompem com o fluxo circular da economia onde se tinham apenas os mercados convencionais de aquisição de alimentos, pois através das feiras livres se consegue, por exemplo, ter maior proximidade com quem produz o que será consumido (nova organização do mercado), aquisição de produtos orgânicos (novos produtos no mercado), frescor dos alimentos adquiridos (nova qualidade de um bem), e ver no produto adquirido um retorno ao passado (maneira de manejar comercialmente uma mercadoria).

Identificaram-se como limitações os poucos estudos de inovação quando se tratando de economias de pequena escala, e principalmente agricultura familiar. Vale lembrar que as observações não são generalistas, e não podem ser consideradas como estratégias ou manifestações de todos os agricultores feirantes, uma vez que cada região possui seus vínculos culturais, bem como características físicas de relevo, solo, temperatura o que em grande parte dita as culturas a serem produzidas localmente. Recomenda-se para futuros estudos a replicação desse tipo de pesquisa nas demais regiões onde as feiras livres representam um importante circuito produção e oferta de alimentos, uma vez que dessas podem-se tirar lições para regulação dos mercados alternativos e ensinamentos de produção para serem difundidos entre os demais agricultores.

REFERÊNCIAS

COLÉGIO POLITÉCNICO. **Mapa de localização geográfica do município de Santiago em relação a Região Central do Estado do Rio Grande do Sul**. Santa Maria: [s.n], jun. 2016.

GIAMBIAGI, F. et al. **Economia brasileira contemporânea (1945-2010)**. 2º Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2011.

GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 19, p.1-7, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA - IBGE. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 11 jun. 2016.

OLIVEIRA, D. et al. A produção de novidades: como os agricultores fazem para fazer diferente?. In: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (Orgs.). **Os atores do Desenvolvimento Rural: perspectivas teóricas e práticas sociais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 91-116, 2011.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTIAGO. **Notícias**. Santiago: 16 jul. 2015. Disponível em: <<http://www.santiago.rs.gov.br/noticia/2451/16-07-2015/a-hora-e-a-vez-das-agroindustrias-municipio-apoia-o-trabalho-das-familias-rurais>>. Acesso em: 09 jun. 2016 a.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTIAGO. **Notícias**. Santiago: 13 jul. 2015. Disponível em: <<http://www.santiago.rs.gov.br/noticia/2437/13-07-2015/produtores-de-organicos-de-santiago-conquistam-certificado-100-da-rede-ecovida>>. Acesso em: 09 jun. 2016 b.

- RODRIGUES, R. G. et al. Convergência de elementos empreendedores no agronegócio: uma análise dos produtores de orgânicos da feira agroecológica de Porto Alegre/RS. In: 48ª Sociedade brasileira de economia, administração e sociologia rural. **Anais...** Campo Grande/RS: SOBER, 2010.
- ROEP, D.; WISKERKE, J. S. C. On governance, embedding and marketing: reflections on the construction of alternative sustainable food networks. **Journal of Agricultural and environmental ethics**, v. 25, n. 2, p. 205-221, 2012.
- SANTOS, D. C. L. P. et al. Empreendedorismo sustentável: perfil dos produtores da feira agroecológica da orla de Olinda-PE. **HOLOS**. Rio Grande do Norte, ano 29, vol. 2, p. 148-160, 2013.
- SBICCA, A.; PELAEZ, V. Sistemas de inovação. In: PELAEZ, V.; SZMRECSÁNYI, T. (Orgs.). **Economia da Inovação Tecnológica**. São Paulo: Hucitec, p. 415-448, 2006.
- SCHUMPETER, J. A. **Teoria do Desenvolvimento Econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Tradução Maria Sílvia Possas. São Paulo: Abril Cultural, 1982. (Os Economistas).
- SONNINO, R.; MARSDEN, T. Beyond the divide: rethinking relationships between alternative and conventional food networks in Europe. **Journal of economic geography**, v. 6, n. 2, p. 181-199, 2006.
- SOUZA, N. J. **Desenvolvimento Econômico**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2005.
- OLIVEIRA, D. et al. A produção de novidades: como os agricultores fazem para fazer diferente?. In: SCHNEIDER, S.; GAZOLLA, M. (Orgs.). **Os atores do Desenvolvimento Rural: perspectivas teóricas e práticas sociais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 91-116, 2011.
- WILKINSON, J.. A Agricultura Familiar ante o Novo Padrão de Competitividade do Sistema Agroalimentar na América Latina. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, v. 1, n.21, p. 62-87, 2004.
- WISKERKE, J. S. C. On places lost and places regained: reflections on the alternative food geography and sustainable regional development. **International planning studies**, v. 14, n. 4, p. 369 – 387, 2009.
- YIN, R.K. **Estudo de Caso**: planejamento e métodos. Traduzido por Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2001.