

Alimentos tradicionais

Ganhando dinheiro

Evaristo Marzabal Neves¹
Gabriel Rausch²

A MASSIFICAÇÃO e a uniformização generalizadas dos alimentos estão sendo questionadas. Há uma crescente procura por parte do consumidor final de produtos diferenciados. É o caso dos bens arraigados à tradição cultural de uma comunidade, de um território ou de todo um povo.

Uma das estratégias de valorização dos produtos rurais diz respeito à referência a uma área de produção, um território e um saber-fazer (como, por exemplo, certificação de identidade geográfica para os alimentos tradicionais). Os produtos tradicionais estão ligados ao saber-fazer do empresário rural e de seus parentes.

O aumento do interesse por produtos tradicionais deve-se à:

- Crise de sustentabilidade do modelo de produção agrícola de *commodities*;
- Fraca competitividade de produção em escala e de custo das pequenas propriedades;
- Desconfiança do consumidor em relação à qualidade dos produtos oriundos.

O consumidor tende a buscar nos produtos alimentares qualidades simbólicas como tradição e origens. Isso agrega valor à produção. É uma forma para revitalizar a economia do meio rural, em especial das regiões onde a qualidade e a variedade desse tipo de produtos se mantêm.

Na Europa, a história e a tradição de produtos são reconhecidas como elaboração de estratégias para a recuperação e valorização de áreas rurais, onde é inviável o plantio em massa. Os produtos locais fazem parte do atual quadro de medidas legais para a sua proteção e certificação.

A Comissão Europeia define os produtos tradicionais ou “produtos com histó-

ria” como os produtos agroalimentares com reconhecimento de especial qualidade e que correspondem pelos designativos “local”, “tradicional”, “artesanal”, “regional”, entre outros. No Brasil, a produção desses alimentos começa a ser enfocada, mas ainda a passos curtos.

Os alimentos tradicionais chegam para os consumidores vindos de um tempo remoto, por meio de gerações das famílias que, sucessivamente, os foram produzindo, recriando e atualizando. Trata-se de uma arte construída por meio da tradição familiar e comunitária, num encontro entre o saber e a experiência.

Em torno da produção desses alimentos mantém-se o conhecimento da cultura local na relação entre necessidade, trabalho, valor do ofício, realização e o reconhecimento da arte na família passada para cada geração. Nesse sentido, o resgate dos produtos tradicionais valoriza as produções *artesaniais* (arte + trabalho), ao salientar a construção cultural e identitária da região.

A qualidade dos produtos tradicionais é o que os diferencia dos produtos industrializados. Uma qualidade que parte da organização, da estrutura e do cuidado durante o processo.

Diferentemente da Europa, no Brasil, de forma corriqueira, os empresários desses alimentos quase sempre são desvalorizados no momento da comercialização. O intermediário, que reconhece o saber e o trabalho nele contido, vende o produto para as grandes redes de supermercados com alto valor agregado. Enfim, o mercado consumidor reconhece a qualidade superior deste tipo de produto, quando comparados aos industrializados.

Dessa forma, a produção de alimentos tradicionais é construída pelo conjunto de habilidades individuais e do espírito coletivo. É uma mistura de observação e o praticar, da assimilação e a criação, em que a multiplicidade das idéias transmitidas é transformada em arte inventiva.

A produção de alimento tradicional remete à história pessoal e familiar de quem o fez, numa mistura de valor econômico e renascimento da auto-estima em torno dessa arte, transformando a realidade desses empresários. Assim, por meio da produção dos alimentos, o empresário rural de pequeno e médio portes pode melhorar a sua qualidade de vida e de seus dependentes.

Pode-se dizer que a sociedade brasileira ainda está reconhecendo o valor desses produtos, tal como podemos verificar na divulgação comercial de produtos alimentícios regionais, como os vinhos de Bento Gonçalves (RS). Numa garrafa de vinho da região, encontramos a cultura gaúcha, representada por sabores e aromas e pela união dos vários saberes das várias vivências.

Diante do exposto, o resgate da tradição se faz necessário quanto mais é citado o processo de globalização. Nesse sentido, a produção de alimentos tradicionais busca gerar rendimentos às famílias locais como forma de impulsionar o comércio comunitário. Enquanto grande parte dos pequenos empresários rurais vive com dificuldades, muitos consumidores atribuem uma maior importância à tradição dos produtos que consomem. ■

1 Professor Doutor do Curso de Administração de Empresas da PUC de Campinas

2 Doutoranda em Educação pela Universidade Federal de São Carlos – UFSCar