



Análise institucional do papel de três redes organizacionais italianas – Coldiretti, Slow Food e Genuíno Clandestino

Estevan Felipe Pizarro Muñoz

Universidade Federal de Santa Catarina – Curitibanos – SC – Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1720-327X>

Oscar José Rover

Universidade Federal de Santa Catarina – Florianópolis – SC – Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2719-3151>

Bernardo Corrado de Gennaro

Università Degli Studi Di Bari Aldo Moro – Bari – Puglia - Itália

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5273-8846>

Luigi Roselli

Università Degli Studi Di Bari Aldo Moro – Bari – Puglia - Itália

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1164-8772>

Resumo

O presente estudo comparou o repertório de ações coletivas das redes organizacionais italianas - Slow Food, Genuíno Clandestino e Coldiretti - para o desenvolvimento de circuitos curtos de comercialização de alimentos no contexto do regime alimentar corporativo. Utilizando conceitos da Teoria dos Movimentos Sociais associados aos debates sobre Redes Alimentares Alternativas e Circuitos Curtos de Comercialização, a pesquisa 'in loco' foi realizada nos meses de junho e dezembro de 2019 por meio de observação das experiências comerciais e entrevistas com seus representantes. Além disso, desde esse período, foram realizadas coletas de opiniões públicas de seus dirigentes, análise de documentos públicos, bem como o estudo de artigos científicos relacionados ao tema. Os resultados demonstram que, apesar do tema 'buon cibo' ser central para a identidade italiana, cada rede organizacional estudada realiza estratégias diferenciadas para a construção de circuitos curtos de comercialização de alimentos, as quais nem sempre convergem ou dialogam na perspectiva de ser um contramovimento ao regime alimentar corporativo.

Palavras-chave: Circuitos curtos de comercialização. Movimentos sociais. Repertório de ações coletivas.

An institutional analysis of the role of three Italian organizational networks – Coldiretti, Slow Food and Genuíno Clandestino

Abstract

The present study compared the repertoire of collective actions of Italian organizational networks - Slow Food, Genuíno Clandestino and Coldiretti - for the development of short food marketing circuits in the context of the food corporate regime. Using concepts from

the Theory of Social Movements associated with the debates on Alternative Food Networks and Short Food Supply Chain, the 'in loco' research was carried out in the months of June and December 2019 through observation of the experiences of commercialization and interviews with their representatives. In addition, since that period, public opinions have been collected from their leaders, analysis of public documents, as well as the study of scientific articles related to the theme. The results demonstrate that despite the 'buon cibo' theme being central to the Italian identity, each studied organizational network carries out differentiated strategies for the construction of short food supply chain, which do not always converge or dialogue in the perspective of countermovement from the food corporate regime.

Keywords: Short Food Supply Chains. Social movements. Collective action repertoire.

Análisis institucional del papel de tres redes organizativas italianas: Coldiretti, Slow Food y Genuíno Clandestino

Resumen

El presente estudio comparó el repertorio de acciones colectivas de las redes organizacionales italianas - Slow Food, Genuíno Clandestino y Coldiretti - para el desarrollo de circuitos cortos de comercialización de alimentos en el contexto del régimen alimentario corporativo. Utilizando conceptos de la Teoría de los Movimientos Sociales asociados a los debates sobre Redes Alimentarias Alternativas y Circuitos Cortos de Comercialización, la investigación 'in loco' se llevó a cabo en junio y diciembre de 2019 a través de la observación de experiencias comerciales y entrevistas con sus representantes. Además, desde ese período se han realizado recopilaciones de opiniones públicas de sus líderes, análisis de documentos públicos, así como el estudio de artículos científicos relacionados con el tema. Los resultados muestran que, a pesar de que el tema 'buon cibo' es central en la identidad italiana, cada red organizacional estudiada lleva a cabo diferentes estrategias para construir circuitos cortos de comercialización de alimentos, que no siempre convergen o dialogan en la perspectiva de ser un contramovimiento al régimen alimentario corporativo.

Palabras clave: Circuitos cortos de comercialización. Movimientos sociales. Repertorio de acciones colectivas.

1 Introdução

Em face do reconhecimento das externalidades negativas associadas aos sistemas alimentares hegemônicos (VIEIRA et al., 2021) que McMichael (2016) denomina de 'regime alimentar corporativo', os circuitos curtos de comercialização de alimentos (CCCA) têm conquistado espaços crescentes junto aos consumidores (MUÑOZ, 2019). Em essência, os CCCA buscam valorizar os atributos de qualidade (GOODMAN et al., 2011) associados com localidade, região, especialidade, natureza e/ou novas redes associativas (MARSDEN, 2000), os quais podem ser construídos de maneira a se diferenciar de uma alimentação padronizada, oriunda de uma agricultura industrial (DAROLT; ROVER, 2021).

Os CCCA abrem novas oportunidades para que um mosaico heterogêneo de agricultores possa ofertar suas produções de maneira viável junto a um público de pessoas que, crescentemente, valoriza a origem de sua alimentação. Em outras palavras, muitos consumidores mudam a sua postura de compra de um "alimento de nenhum lugar" para um "alimento de algum lugar" (McMICHAEL, 2016), o que permite desenvolver critérios de julgamento de valor com base em seus próprios conhecimentos, experiências e/ou imagens percebidas sobre a qualidade do alimento.

A proliferação de feiras livres, grupos de consumo, associações e cooperativas descentralizadas, experiências de agricultura urbana, de consumo local e de valorização de alimentos tradicionais, permitiu conformar trajetórias inovadoras de CCCA (GOODMAN *et al.*, 2011; GAZOLLA; AQUINO, 2021). Nesse aspecto, é possível observar como diferentes redes organizacionais vão assumindo um papel protagonista na construção social de novos mercados alimentares (MUÑOZ *et al.*, 2021), os quais se tornam espaços de luta por redistribuição econômica e, ao mesmo tempo, de reconhecimento de novos valores associados a formas inovadoras de produção e consumo de alimentos (OLIVEIRA *et al.*, 2020; PORTILHO, 2020).

Historicamente, a literatura que analisa movimentos sociais enfatizou a sua conflituosidade junto aos Estados Nacionais como um *modus operandi* central de ação coletiva. Tais interpretações reforçaram a visão estereotipada dos movimentos sociais em relação à ‘subversão da ordem’ e a luta pela tomada do poder por meio de uma ‘revolução política’ (MUÑOZ, 2019). Não obstante, para além do conflito e outros ‘repertórios de contenção’ – os quais permanecem relevantes em meio às tantas desigualdades sociais - o associativismo, o voluntariado, o trabalho das organizações não governamentais, o incentivo ao consumo consciente, o ativismo institucional, dentre outros, demonstram a necessidade de um olhar mais amplo para o ‘repertório de ações coletivas’ dos movimentos sociais contemporâneos (TARROW, 2009; SILVA *et al.*, 2017; CARVALHO *et al.*, 2022).

Por meio da vinculação de atores, espaços sociais e repertórios de ação coletiva, é possível observar a conformação de redes organizacionais ao redor de determinadas bandeiras políticas, as quais também tornam possíveis a mobilização de pessoas e, portanto, o desencadeamento de mudanças na ordem social existente (SCHERER-WARREN, 2006; FLIGSTEIN; 2021). A alimentação e tudo o que se relaciona com o alimento tem ganhado relevância, como bandeira política e como elo para diferentes ações coletivas (MUÑOZ *et al.*, 2021).

Nesse contexto, a Itália têm sido um lócus de importantes iniciativas que buscam construir novas relações de produção e consumo em torno à alimentação, sendo os ‘Gruppi de Aquisto Solidale’, uma das mais reconhecidas experiências internacionais nesse sentido (GRAZIANO e FORNO, 2012; BALDI *et al.*, 2019). Não por acaso, a Itália se destaca pela sua forte identidade que associa seu território a um bom alimento (*il buon cibo*). Faz parte da tradição italiana uma gastronomia que valoriza uma alimentação para além das necessidades humanas de energia (ANJOS e CALDAS, 2017; 2019). O país oferece uma rica diversidade de produtos típicos associados a determinadas identidades geográficas, com destaque para vinhos, queijos e massas, os quais constituem um rico patrimônio cultural italiano e são importantes atrativos para a economia do turismo (GARIBALDI e POZZI, 2018).

A partir desse pano de fundo, o presente artigo objetiva compreender como diferentes redes organizacionais italianas organizam seus repertórios de ação coletiva para a construção de CCCA em face das crises geradas pelo regime alimentar corporativo. Assim, foram selecionadas três redes organizacionais, a saber: Slow Food, Genuíno Clandestino e Coldireti. O artigo está subdividido em quatro seções, além desta introdução. A segunda desenvolverá o argumento teórico central, qual seja, como os CCCA vão se fortalecendo com as crises criadas pelo *modus operandi* do regime alimentar corporativo e abrindo espaços para o protagonismo de diferentes redes organizacionais de agricultores em todo o globo. A terceira

destacará os aspectos metodológicos deste artigo e as variáveis analíticas chave. A quarta seção apresentará as três redes organizacionais analisadas, enquanto a quinta fará uma análise e discussão das suas experiências de CCCA, a partir do constructo teórico proposto. Por fim, as considerações finais tecem as principais conclusões e indicações para futuros estudos.

2 Crises do regime alimentar corporativo e oportunidades para o fortalecimento dos circuitos curtos de comercialização de alimentos desde a agricultura familiar

Dos regimes alimentares:

A maneira como os alimentos se movimentam desde os agricultores até os consumidores mudou radicalmente desde a Revolução Industrial, no final do século XVIII, acompanhando as profundas transformações das economias nacionais até o capitalismo globalizado dos dias atuais. Inicialmente circunscritos a uma dimensão espacialmente local e temporalmente imediata, os alimentos transformaram-se em commodities que circulam globalmente. Técnicas de manejo industrial permitiram mitigar o problema da perecibilidade, aproximando-os da lógica dos bens de consumo duráveis. Tal panorama de transformações dos sistemas alimentares é analisado por meio da teoria dos ‘Regimes Alimentares’ (McMichael, 2016), a qual considera a existência de três períodos: 1. O primeiro regime alimentar, constituído no final da hegemonia britânica (1870 - 1914); 2. O segundo regime centrado na hegemonia estadunidense no pós II Guerra Mundial (1947 - 1973); 3. O terceiro regime alimentar que se forma a partir de 1980, com característica liberal produtivista e corporativa.

McMichael (2016) define o período atual como ‘Regime Alimentar Corporativo’. Trata-se do regime alimentar adaptado para o projeto de globalização neoliberal, onde há a hegemonia dos conglomerados empresariais transnacionais, que determinam suas estratégias independentemente das fronteiras nacionais. Assim, há uma estreita correlação com o capital financeiro que influencia diretamente no controle das regras, na especulação dos preços agrícolas e na utilização de novas tecnologias (MUÑOZ *et al.*, 2021).

Embora capaz de proporcionar uma circulação global de alimentos e de commodities de maneira cada vez mais rápida, barata e em largas escalas, o regime alimentar corporativo vem acarretando diferentes crises, em função de seus significativos impactos socioambientais (RAJÃO *et al.*, 2020; VIEIRA *et al.*, 2021). Esses processos vêm causando profundos problemas para as populações urbanas e rurais do mundo. Para as populações urbanas, as questões da segurança do alimento e de saúde coletiva têm representado crescentes preocupações com o que chega à mesa das famílias. O uso abusivo de agrotóxicos e o ultra processamento dos alimentos têm causado o crescimento preocupante da obesidade e de doenças a ela associadas (cardíacas, hipertensão e diabetes). Para as populações rurais se verifica o processo de desterritorialização da agricultura – que desconecta e descontextualiza processos produtivos e culturas regionais –, tem reduzido a capacidade de resiliência dos agroecossistemas e do tecido sociocultural das comunidades. Em síntese, há um alto custo social e ambiental não internalizado nas atividades econômicas empresariais

‘bem-sucedidas’ (sic) do regime alimentar corporativo (MUÑOZ, 2019; DAROLT; ROVER, 2021).

Uma parte importante do problema gerado pelo regime alimentar corporativo está na sua necessidade de fomentar circuitos longos de comercialização de alimentos. Esse processo exige a presença de inúmeros intermediários que se especializam em uma ou mais etapas das cadeias agroindustriais (OLIVEIRA; BATALHA, 2021) e, portanto, estão ancorados em um modelo de agricultura industrial de larga escala. Uma das evidências desse processo se refere ao crescente fenômeno da ‘supermercadoização’, ou seja, o modo como o setor varejista assumiu o controle do fornecimento de alimentos, definindo critérios de qualidade, determinando dietas alimentares e se apropriando da maior parcela do valor agregado (NIEDERLE; WESZ JUNIOR, 2018).

A nova face disso é a entrada das corporações do *e-commerce*, tais como Amazon e Alibaba no cenário da comercialização de alimentos. De acordo com Wilkinson e Rama (2018), há uma nova hegemonia das empresas globais de varejo graças à informatização dos processos comerciais, que permite um conhecimento refinado dos hábitos dos consumidores. Por meio de técnicas de pesquisas que se amparam nas abordagens oriundas do marketing, da psicologia, da sociologia, da antropologia, entre outras, os grandes conglomerados empresariais buscam entender e moldar o comportamento alimentar dos consumidores e os fatores que determinam suas preferências, de maneira a criar vantagens competitivas (MUÑOZ, 2019).

Assim, estratégias de diferenciação visando a valorização dos alimentos saudáveis e orgânicos, marcas próprias e produtos funcionais, além de processos próprios de certificação e rastreabilidade corporativa se tornaram cada vez mais comuns na busca pela criação de lucrativos nichos de mercados (OLIVEIRA; BATALHA, 2021; GAZOLLA; AQUINO, 2021). Ao fim e ao cabo, elas buscam proporcionar maior valor agregado para os conglomerados empresariais ao mesmo tempo que buscam atender aos desejos e necessidades dos consumidores sem, necessariamente, transformar o modelo de produção dominante.

Movimentos sociais e redes organizacionais:

Contudo, parte significativa do heterogêneo universo de agricultores familiares, em diferentes partes do globo, não consegue participar de forma viável no regime alimentar corporativo, seja por incapacidade de produção em larga escala, pela falta de capital para investimentos, pelas assimetrias de poder, por racionalidades não capitalistas que lhe são intrínsecas, dentre outras variáveis (MUÑOZ, 2019). Diante disso, inúmeras ações coletivas, - isto é, “maneiras pelas quais as pessoas agem juntas em busca de interesses compartilhados” (TARROW, 2009, p. 51) - são constituídas com a perspectiva de representarem contramovimentos ao *modus operandi* do regime alimentar corporativo. Seus repertórios de ação coletiva destacam o papel da agricultura familiar e camponesa, seja denunciando as contradições do regime alimentar corporativo, seja construindo estratégias de sobrevivência adaptadas ao seu modo de vida (MUÑOZ *et al.*, 2021).

Repertórios são “os conjuntos de performances de reivindicação, familiares e historicamente criadas, que na maioria das circunstâncias circunscrevem os meios

pelos quais as pessoas se engajam em política contenciosa” (TILLY, 2006, vii). Historicamente, os movimentos sociais possuem suas práticas baseadas no conflito e na orientação de demandas voltadas ao Estado. A partir da segunda metade do século XX, novas formas de ação coletiva colocaram em xeque a exclusividade do conflito como repertório de contestação dos movimentos sociais ao redor do mundo. A luta por direitos civis, pelas questões de gênero, raça, defesa da ecologia e/ou pelo estilo e qualidade de vida representam a diversificação das ações coletivas, haja vista que demandam mudanças paulatinas na sociabilidade e na cultura por meio da persuasão e da construção de consensos (TARROW, 2009).

Um desses repertórios de ação coletiva se refere à criação de organizações (GEHLEN e MOCELIN, 2018), as quais elaboram ideologias e mobilizam pessoas e recursos em prol de objetivos comuns e construção de identidades coletivas (TARROW, 2009). Contudo, uma mudança importante da compreensão sobre movimentos sociais é com relação à sua análise enquanto um ator homogêneo, coerente e independente. Silva (2014) aponta que movimentos sociais são como redes em fluxo que acionam repertórios de ação diversificados, a depender de fatores contextuais e organizativos. Esse caráter relacional dos movimentos sociais e a interdependência entre os agentes e as interações com os espaços de atuação dos campos de ação estratégica, as quais são bastante fluidas e apresentam importantes relações de interdependência entre si, fortalece a ideia de rede como um conceito propositivo utilizado por atores coletivos, gerando uma nova forma de organização e de ação: a rede organizacional (SCHERER-WARREN, 2006; FERRAZ, 2019).

É importante registrar que é a partir dessa mudança de interpretações sobre os movimentos sociais que se reconhece como seus repertórios de ações também se voltaram aos objetivos econômicos. Ou seja, para diversas redes organizacionais contemporâneas, os mercados representam uma ferramenta estratégica na promoção do desenvolvimento e da inclusão social (PORTILHO, 2020; FLIGSTEIN, 2021). Com efeito, nas duas últimas décadas, contramovimentos à expansão do regime corporativo abriram espaços para a construção social de mercados que fortaleceram a presença de CCCA (MUÑOZ, 2019).

Novos mercados alimentares têm apontado na direção do ‘quality turn’, na medida em que a questão agroalimentar incorpora a qualidade como atributo essencial de regulação das transações econômicas. Como demonstram vários estudos, atualmente verifica-se uma crescente tendência de produções diferenciadas, oriundas de diferentes redes organizacionais de agricultores familiares, que levam em consideração as características que se apresentam, por exemplo, nos produtos artesanais, tradicionais, caseiros, coloniais, orgânicos, agroecológicos, solidários, com indicação geográfica, sustentáveis, religiosos, sem transgênicos, veganos, fair trade, etc. (NIEDERLE; WESZ JUNIOR, 2018; PORTILHO, 2020; OLIVEIRA et al., 2020; GAZOLLA; AQUINO, 2021). Em geral, essas redes organizacionais têm se utilizado dos CCCA para chegar aos seus consumidores.

Segundo Marsden et al. (2000), o aspecto crucial de um CCCA é o fato de um produto chegar nas mãos do consumidor com informações que lhe permitam saber onde o produto foi produzido (lugar), por quem (produtor) e de que forma (sistema de produção), de maneira a transformar um produto anônimo em um produto com origem conhecida e valorizada. Os autores identificam três modalidades centrais de CCCA: 1) face a face, onde o consumidor compra um produto direto do produtor/

processador pessoalmente. Nesta modalidade de comércio, autenticidade e confiança são mediados pela interação pessoal; 2) Proximidade espacial, onde os produtos são produzidos e vendidos no varejo na região específica (ou local) de produção, e os consumidores são informados da natureza "local" do produto no ponto de venda; 3) Espacialmente estendido: onde valor e significado carregam informações sobre o lugar da produção e aqueles que produzem os alimentos traduzem valor e significado para os consumidores que são fora da própria região de produção e podem não ter experiência pessoal dessa região. Aqui, as informações dos rótulos e certificação adquirem maior relevância.

Mercados construídos por meio da ação coletiva das redes organizacionais são potenciais espaços de luta por reconhecimento de valores associados às formas tradicionais ou inovadoras de produção e consumo (FLIGSTEIN, 2021). Vale destacar que os mercados também articulam infraestruturas e instituições que não apenas mantêm as trocas econômicas, mas reforçam os mecanismos de confiança e reciprocidade (MUÑOZ, 2019), variáveis chaves que diferenciam os circuitos longos dos circuitos curtos.

3 Aspectos metodológicos

O estudo foi realizado na Itália em função do período de pesquisador visitante de um dos autores deste manuscrito junto ao *Dipartimento di Scienze Agro Ambientali e Territoriali de l'Università Degli Studi Di Bari Aldo Moro, Puglia* durante dois meses não consecutivos, entre junho e dezembro de 2019. O projeto de pesquisa versava em realizar uma análise exploratória dos circuitos curtos de comercialização de alimentos, tendo em vista identificar experiências da agricultura contadina italiana - a qual, grosso modo, remete à noção de agricultura familiar no Brasil - e que fosse organizada por diferentes redes organizacionais de agricultores.

Os dados primários foram coletados por meio de visitas técnicas, da observação direta e não-participante, de registros audiovisuais e em caderno de campo, pela participação em eventos técnicos, bem como pela aplicação de entrevistas semiestruturadas e não estruturadas com pesquisadores, especialistas, agentes dos mercados alimentares e outros atores relevantes da agricultura *contadina* italiana. A análise bibliográfica e as entrevistas resultaram na identificação de três redes organizacionais - Coldiretti, Slow Food e Genuino Clandestino - as quais foram selecionadas como objetos de pesquisa do presente estudo. Isso possibilitou uma análise exploratória de suas experiências de CCCA e entrevistas com representantes das experiências econômicas visitadas. O Quadro 1 sintetiza o exercício analítico proposto e as categorias utilizadas no *framework* teórico deste artigo:

Quadro 1 - Síntese das categorias de análise utilizadas no estudo.

Exercício analítico	Categorias
Análise das estratégias de CCCA de três redes organizacionais da Itália - Coldiretti, Slow Food e Genuino Clandestino - em face do regime alimentar corporativo.	1. Motivação da origem; 2. Atores centrais; 3. Principais bandeiras políticas; 4. Modalidades dos CCCA; 5. Objetivos e estratégias dos CCCA.

Fonte: Elaboração própria (2022)

Considerando que Coldiretti, Slow Food e Genuíno Clandestino são redes organizacionais que defendem bandeiras políticas e se expressam publicamente para promover suas ações coletivas articuladas aos CCCA, o presente estudo também se ancorou em uma análise de dados secundários de documentos, vídeos e entrevistas disponibilizados pelos seus representantes nos meios de comunicação disponíveis na internet e, em especial, de suas redes sociais virtuais, como sites, facebook, youtube e instagram, no período entre 2020 a 2022¹.

4 Coldiretti, Slow Food e Genuíno Clandestino: três redes organizacionais onde o alimento possui centralidade nas ações coletivas

Coldiretti

A Confederação Nacional de Cultivadores Diretos (Coldiretti) é reconhecidamente a maior organização agrária da Itália e da Europa, com sede em Roma e aproximadamente 1,5 milhão de associados que atuam na agricultura, no setor pesqueiro, em atividades afins e na agroalimentação (COLDIRETTI, 2013; 2021). Fundada em 1944, no contexto fascista do país e pós-segunda guerra mundial, a Coldiretti nasceu com o objetivo de representar sindicalmente os camponeses italianos (*contadini*), os quais representavam a maior e a mais pobre classe social da Itália. Como estes possuíam interesses divergentes das grandes empresas agrícolas, bem como dos assalariados rurais, criou-se uma identidade de cultivadores diretos, cuja renda principal é proveniente do trabalho familiar (ANJOS e CALDAS, 2017; 2019).

Com uma crescente incorporação da variável ambiental na Política Agrícola Comum europeia (PAC), além da própria mudança de postura daquela sociedade preocupada com a qualidade de seus alimentos consumidos, no ano de 2008 a Coldiretti criou uma Fundação chamada ‘Campagna Amica’, que possui como proposta central aproximar os seus agricultores associados dos consumidores finais, proporcionando um alimento de origem italiana com um preço justo (ANJOS e CALDAS, 2017). Tal ação também visou articular temas transversais, como a importância de uma nutrição adequada, do agroturismo como fonte de renda pluriativa, da preservação ecológica e a perspectiva dos serviços ecossistêmicos, da saúde e bem-estar das pessoas, bem como da valorização dos territórios, suas culturas e seus ecossistemas (COLDIRETTI, 2013; 2021), indo ao encontro do debate da ‘quality turn’ (GOODMAN et al., 2011).

Por meio do slogan “Luogo ideale di incontro tra agricoltori e cittadini”, a ‘Campagna Amica’ da Coldiretti organiza três frentes de atuação para apoiar a agricultura italiana: 1) Venda direta; 2) Agroturismo; e 3) Eco-sustentabilidade. Isso ocorre por meio das seguintes estratégias comerciais: a) Mercados de Agricultores: são feiras diretas onde os próprios agricultores associados da Coldiretti comercializam suas produções; b) Fazendas: são as unidades de produção agrícolas onde os consumidores podem comprar diretamente seus alimentos; c) Agroturismo:

¹ A ocorrência da pandemia da Covid-19 e a crise de saúde pública mundial (especialmente no Brasil) impactaram e prolongaram o cronograma de pesquisa.

são as unidades de produção agrícola que possuem equipamentos para serviços ao turista, como restaurantes, e que revendem produtos e experiências associadas com outras fazendas associadas à ‘Campagna Amica’; d) Lojas (pontos varejistas): são lojas na cidade onde é possível adquirir os produtos da Cadeia de Abastecimento Agrícola da Coldiretti, feitos apenas com matérias-primas agrícolas italianas, rastreados e controlados por um organismo de certificação terceirizado; e) Restaurantes: são estabelecimentos comerciais que fornecem refeições, alimentos e bebidas, que utilizam os produtos agrícolas e italianos da ‘Campagna Amica’ em seu cardápio diário; f) Jardins urbanos: são hortas da cidade que respeitam os princípios da ‘Campagna Amica’, com o objetivo de valorizar a agregação social, o respeito pela sazonalidade e a proteção da biodiversidade dos produtos estritamente agrícolas e italianos; g) Grupos de Compra e Oferta: se apoia a divulgação da lista com os contatos de fornecedores dos grupos de compras preparados para responder às diferentes necessidades logísticas; h) Villaggios: são grandes eventos organizados pela Coldiretti, onde agricultores de diferentes regiões do país se reúnem para ofertar suas produções por um determinado período de tempo. Todas essas estratégias conformam uma rede de, aproximadamente, 10.000 pontos no território italiano, os quais são monitorados e garantidos pela Fundação ‘Campagna Amica’ e possuem como elemento central a valorização dos alimentos frescos, seguros e com origem italiana (CAMPAGNA AMICA, 2021).

Genuíno Clandestino

Criado em 2010, o Genuíno Clandestino surgiu como uma campanha de comunicação com o intuito de denunciar um conjunto de regras de cunho sanitário que privilegia as grandes agroindústrias, em detrimento das pequenas e artesanais produções dos camponeses italianos. De acordo com Sacchi (2015, p. 2) “os produtos são genuínos porque a matéria-prima usada para processamento e transformação são saudáveis, orgânicos, frescos e km zero, mas, ao mesmo tempo, clandestino porque o Regulamento (CE) 852/2004 sobre higiene alimentar torna a venda ilegal”.

De acordo com entrevistas realizadas, a origem do ‘Movimento Genuíno Clandestino’ está diretamente vinculada a uma Associação denominada ‘Campi Aperti’, fundada em 2007 em Bologna, Emilia-Romagna. Tal associação tem origem no final dos anos 1990, a partir de uma necessidade de ações coletivas dos agricultores da cidade de Bologna para promover o debate da ‘soberania alimentar’, da ‘agricultura biológica’ e resistirem como camponeses, em vez de tornarem-se empresários rurais sob uma perspectiva capitalista de maximização do lucro. Em sua carta de princípios (Campi Aperti, 2021), destacam os seguintes elementos norteadores de suas ações: economia relacional; circuito curto de comercialização; agricultura biológica; sistemas de certificação participativo; sustentabilidade ambiental; agricultura camponesa; preços justos e transparentes; e redes de economia solidária. Nesse sentido, denota-se uma clara contraposição discursiva ao regime alimentar corporativo (McMICHAEL, 2016), quando se posicionam explicitamente contra os alimentos que rodam milhares de quilômetros para serem comercializados, os quais dependem de “câmaras frias por dias e dias, produzidos com métodos desconhecidos em áreas desconhecidas, com custos altíssimos em termos de uso de recursos e poluição ambiental” (CAMPI APERTI, 2021). Ademais,

criticam de forma contundente o fenômeno de ‘supermercadização’, na medida em que defendem que os mercados se tornem espaços nos quais é possível construir novas relações sociais de modo distinto “ao paradigma dominante de consumo impessoal em locais sem alma como os supermercados” (CAMPI APERTI, 2021).

Por meio do lema “Mudar a agricultura para mudar o mundo”, o movimento Genuíno Clandestino busca por mudanças radicais nos sistemas alimentares contemporâneos. Assim, consideram a terra, não como um mero recurso econômico, mas uma fonte provedora e generosa de alimentos que precisa ser cuidada; buscam transformar a relação empresário-consumidor para uma economia relacional entre produtores e co-produtores; rejeitam a mercantilização dos processos de certificação por auditoria para fomentar sistemas de certificação participativa; promovem a defesa de uma ‘boa alimentação’ com alimentos originais do território; defendem o paradigma da agroecologia para orientar os modelos de produção e consumo, e promovem cursos de formação acessíveis e autogestionários. Em suma, os integrantes do Genuíno Clandestino buscam um novo estilo de vida: mais integrado, resiliente, criativo e estimulante. O projeto pela soberania alimentar se sustenta economicamente por meio da venda direta de suas produções, normalmente em pequenas feiras, onde os produtores obtenham uma remuneração mais justa pelo seu trabalho e os consumidores comprem produtos de qualidade diferenciada e a preços acessíveis (Genuíno Clandestino, 2021).

Slow Food

Por fim, a última rede organizacional objeto deste estudo é a ‘Slow Food’, a qual tem origem em 1986, após uma manifestação realizada por ativistas contrários à instalação de uma lanchonete ‘fast food’ do McDonalds, em uma famosa praça na cidade de Roma, Itália. Suas bandeiras iniciais buscavam evidenciar como o frenesi de uma vida eficiente, produtiva e ancorada nos valores de uma economia industrial rompeu com o modo de vida simples, lento e sábio dos seres humanos. Como consequência disso, em 1989 foi fundada a organização internacional Slow Food em Paris, França, com a proposta de “[...] defender as tradições regionais, a boa comida, o prazer gastronômico e um ritmo lento de vida [...] e contra o poder ilimitado das multinacionais da indústria alimentícia e da agricultura industrial” (SLOW FOOD, 2021). A abordagem do Slow Food é baseada num conceito de qualidade alimentar definido por três princípios interligados: bom, limpo e justo:

BOM: uma dieta de alimentos frescos e sazonais, que satisfaça os sentidos e seja parte da cultura local; LIMPO: produção e consumo de alimentos que não prejudiquem o meio ambiente, o bem-estar animal ou a saúde humana; JUSTO: prática de preços que sejam acessíveis para quem consome e condições de remuneração que sejam justas para quem produz (SLOW FOOD, 2021).

De acordo com Birochi *et al.* (2019) e Gentile (2016), o Slow Food se utiliza das seguintes estratégias para alcançar seus objetivos: i) pelo catálogo, descrição e atração de alimentos, sementes e técnicas em vias de desaparecimento (Arca do Gosto) e a concomitante conscientização dos consumidores para uma reeducação do gosto; ii) pela valorização dos produtos da sociobiodiversidade, por meio de redes produtivas agroalimentares territorializadas que ajudam produtores de alimentos artesanais a preservarem seus métodos tradicionais e seus produtos finais (Fortalezas); iii) por intermédio de uma ampla aliança entre agricultores familiares, comunidades camponesas e tradicionais, com renomados chefs de cozinha, praticantes da ecogastronomia (Aliança de Cozinheiros); iv) pelo apoio à comercialização de pequenos produtores locais que vendem diretamente aos consumidores em áreas urbanas, por meio de produção ecológica e produtos livres de organismos geneticamente modificados (Mercados da Terra).

Além disso, o Slow Food promove os Grupos de Consumo Responsável e as Comunidades que Sustentam a Agricultura (CSA), dado que se utilizam de princípios autogestionários e promovem a proximidade e a confiança entre as partes envolvidas. Em suma, o Slow Food busca uma ressignificação das relações de produção e consumo, lutando contra a padronização do gosto e da cultura, e por um “mundo onde todos possam ter acesso e consumir alimentos bons para quem come, bons para quem produz e bons para o planeta” (SLOW FOOD, 2021).

5 Encontros e desencontros dos CCCA da Coldiretti, Genuíno Clandestino e Slow Food

O quadro 2 sintetiza as redes organizacionais selecionadas para o estudo a partir de cinco categorias analíticas, os quais serão analisados a seguir: 1. Motivação da origem; 2. Atores centrais; 3. Principais bandeiras políticas; 4. Modalidades dos CCCA; 5. Objetivos e estratégias dos CCCA.

Quadro 2: Categorias analíticas das redes organizacionais objeto de estudo

Categorias	Redes organizacionais		
	<i>Coldiretti</i>	<i>Genuíno Clandestino</i>	<i>Slow Food</i>
a. Motivação da origem;	-Representação sindical e defesa dos direitos dos cultivadores diretos.	-Luta contra as legislações que privilegiam a grande indústria alimentar.	-Luta contra um modo de vida industrial e defesa das tradições regionais, tendo foco no alimento.
b. Atores centrais;	-Cultivadores diretos/ <i>contadinos</i> ; <i>Sindicalistas</i> .	- <i>Contadinos</i> /neo rurais.	- <i>Contadinos</i> / neo rurais; -Chefs de cozinhas.
c. Principais bandeiras políticas;	-Representação política; -Melhores condições para produtores agropecuários; -Defesa dos interesses de seus associados; -Sustentabilidade.	-Soberania Alimentar; -Agricultura Biológica/ Agroecologia; -Contra o poder ilimitado das multinacionais da indústria alimentícia e agricultura industrial; -Novas relações de produção e consumo; -Sistemas de certificação participativa; -Transformação radical dos sistemas alimentares; -Sustentabilidade.	-Defesa do ritmo lento da vida; -Defesa das tradições regionais, da boa comida e do prazer gastronômico; -Contra o poder ilimitado das multinacionais da indústria alimentícia e agricultura industrial; -Novas relações de produção e consumo; -Transformação radical dos sistemas alimentares; -Sustentabilidade.
d. Modalidades dos CCCA	-Feira Direta; -Ponto Varejista; -Agroturismo; -Venda na propriedade; -Restaurantes; -Eventos; -Hortas coletivas; -Compras coletivas.	-Feira Direta; -Venda na propriedade; -Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA); -Grupos de consumidores responsáveis; -Eventos.	-Feira Direta; -Venda na propriedade; -‘Arca do Gosto’ -Restaurantes com gastronomias requintadas; -Grupos de consumidores responsáveis; -Comunidade que Sustenta a Agricultura (CSA); -Eventos; -Turismo pedagógico.
e. Objetivos e estratégias dos CCCA	-Km zero; -Alimento de origem italiana; -Aproximação entre pequeno produtor e consumidor; -Geração de renda para os associados; -Campanhas profissionais de marketing.	-Km zero; -Aproximação entre produtores e co-produtores; -Territorialização e enraizamento dos mercados alimentares; -Valorização da sociobiodiversidade; -Preços justos; -Agroecologia e Soberania alimentar. -Economia relacional, reciprocidade e confiança.	-Km zero; -Alimento bom, limpo e justo; -Educação alimentar; -Valorização da sociobiodiversidade; -Territorialização e enraizamento dos mercados alimentares; -Aliança entre comunidades camponesas e chefs de cozinha; -Campanhas profissionais de marketing; -Economia relacional, reciprocidade e confiança.

Fonte: Elaboração dos autores.

a. Motivação da origem:

É possível observar uma similaridade entre as motivações de origem do Genuíno Clandestino e do Slow Food, na medida em que há um questionamento à agricultura industrial e defesa do modo de vida camponês. Mas ainda assim há uma diferença importante entre essas redes organizacionais: o Genuíno Clandestino emerge da dimensão da produção, enquanto o Slow Food emerge da dimensão do consumo. De outro modo, a Coldiretti tem origem nas históricas lutas sindicais pela defesa dos interesses dos cultivadores diretos, as quais a levam a atuar como um braço do Estado italiano (ANJOS e CALDAS, 2017).

b. Atores centrais:

Novamente é possível observar uma similaridade entre Genuíno Clandestino e Slow Food, na medida em que neorurais são agentes catalisadores dessas redes organizacionais citadas. Além deles, outros atores sociais assumem centralidade, especialmente aqueles que veem na manutenção das tradições rurais e do modo de vida camponês um caminho para o desenvolvimento. Na medida em que o Slow Food emerge da dimensão do consumo, é possível observar uma importante participação de chefs de cozinha como atores sociais dessa rede organizacional. Por outro lado, o Genuíno Clandestino possui em seus agricultores (contadinos e neorurais) um maior protagonismo de suas ações coletivas que lutam contra as legislações ‘opressoras’ da agricultura industrial. Já a Coldiretti possui como atores centrais os sindicalistas e os cultivadores diretos/contadinos, ou seja, possuem uma trajetória histórica com a terra e a produção agropecuária, ancoradas nas estruturas organizacionais sindicais.

c. Principais bandeiras de luta:

De um lado, a Coldiretti possui como bandeiras de luta centrais (TARROW, 2009) a defesa de seus sindicalizados, a luta pela melhoria da qualidade de vida dessas populações, o que implica necessariamente em uma maior integração com os mercados, sejam eles quais forem. Observa-se uma preocupação de desenvolver empreendimentos econômicos a partir dos seus associados que tenham condições de viabilidade nas cadeias de valor, o que em outras palavras significa a busca pela crescente profissionalização e especialização produtiva (MUÑOZ, 2019).

De outro modo, Genuíno Clandestino e Slow Food têm como chave a bandeira de questionamento do *modus operandi* do regime alimentar corporativo (McMICHAEL, 2016). Ou seja, defendem novas relações de produção e consumo que possam viabilizar modos de vida social e ecologicamente sustentável contra o poder ilimitado das grandes industriais alimentares. Apesar dessa similaridade, as duas redes organizacionais assumem também bandeiras diferenciadas, na medida em que o Genuíno Clandestino acompanha diferentes movimentos sociais agrários que defendem a agroecologia, a soberania alimentar e o sistema de certificação participativa. No contexto contemporâneo, a literatura demonstra que tais movimentos sociais agrários continuam importantes com a perspectiva de representarem resistências e novas possibilidades ao *modus operandi* dos sistemas alimentares (SCOONES et al., 2018; CARVALHO et al., 2022).

De forma distinta, o Slow Food possui uma perspectiva de luta associada centralmente à defesa de um ritmo lento da vida, seja nas cidades, seja no campo, com a defesa das tradições regionais, a boa comida e o prazer gastronômico. Como destacam Niederle e Wesz Junior (2018), além da crítica ética protagonizada, sobretudo, pelos movimentos sociais agrários, há outro tipo de dinâmica que repercute uma “crítica estética” ao regime alimentar corporativo. Esta crítica não focaliza a iniquidade do modelo, mas sua incapacidade de responder à emergência de novos estilos de vida. Ainda de acordo com os autores, a aproximação destes novos estilos com o mundo rural revela uma crescente sobreposição entre as críticas estética e cívica. Isto é notório, por exemplo, no movimento de gastronômização, o qual assumiu, primeiramente, uma preocupação com o discurso da sustentabilidade e da localidade, o que levou a revalorização dos produtos frescos, da biodiversidade e orgânicos e, em seguida, incorporou busca por produtos das agriculturas familiares e das comunidades tradicionais.

d. Modalidades dos CCCA:

Todas as três redes organizacionais desenvolvem circuitos comerciais. A Coldiretti atua com um leque diversificado de circuitos de comercialização, indo ao encontro dos preceitos do marketing - ou seja, de proporcionar melhores serviços e conveniência às necessidades e desejos seus clientes - nos pontos varejistas, agroturismo, restaurantes e compras coletivas. Já o Slow Food e o Genuíno Clandestino possuem uma diversificação de circuitos de comercialização que vão ao encontro das redes alimentares alternativas (GOODMAN *et al.*, 2011; ANJOS e CALDAS, 2019; DAROLT e ROVER, 2021), na medida em que visam, centralmente, a construção de novas relações de produção e consumo. O Genuíno Clandestino é a rede organizacional que utiliza uma menor diversidade de circuitos de comercialização.

e. Objetivos e estratégias dos CCCA:

Embora as três redes desenvolvam diversas modalidades de CCCA, os quais possuem certa similaridade na forma, não se pode dizer o mesmo sobre o seu conteúdo. A Coldiretti é a rede organizacional que mais seguiu as orientações centrais dos preceitos do marketing e objetivou ofertar bens e serviços de qualidade direto da agricultura *contadina* como uma vantagem competitiva (MUÑOZ, 2019). Para tanto, a Coldiretti focou em duas mensagens centrais para estimular os consumidores: km zero (e, portanto, baixa pegada ecológica) e alimento de origem italiana. Estes objetivos são a mola mestra da Campagna Amica e suas profissionais campanhas de publicidade por todo o país.

Já o Genuíno Clandestino e o Slow Food optaram por outros objetivos e estratégias dos seus CCCA. Essas duas redes defendem a territorialização e enraizamento dos mercados alimentares, a valorização da sociobiodiversidade e o incentivo para uma economia relacional, baseada na reciprocidade de confiança. Contudo, apesar dessas semelhanças, há diferenças importantes a pontuar. O Genuíno Clandestino não se propõe a desenvolver sofisticadas campanhas de promoção de seus alimentos. Sua proposta central está na luta pela defesa da

agroecologia e da soberania alimentar, bem como pela defesa de preços acessíveis para seus consumidores.

De outro modo, o Slow Food, faz profissionais campanhas promocionais dos seus diferentes CCCA, tais como 'Arca do Gosto', Comunidades que Suportam a Agricultura, turismo pedagógico, restaurantes com gastronomias requintadas. Desse modo, as estratégias do Slow Food buscam promover um comportamento ético e cívico de seus consumidores ao mesmo tempo em que trabalham numa maior estetização de suas ações econômicas. Em última instância criam produtos com maior valor agregado e, portanto, elitizam o consumo.

6 Considerações Finais

O presente artigo objetivou compreender como diferentes redes organizacionais italianas organizam seus repertórios de ação coletiva para a construção de CCCA, em face das crises geradas pelo regime alimentar corporativo. Para tanto, foram analisadas cinco categorias centrais: 1. Motivação da origem; 2. Atores centrais; 3. Principais bandeiras políticas; 4. Modalidades dos CCCA; 5. Objetivos e estratégias dos CCCA.

Os principais resultados apresentados demonstram que, apesar das diferenças que as redes organizacionais estudadas possuem entre si, há importantes elementos de convergência, tais como a produção de alimentos diferenciados, a promoção de diferentes modalidades de CCCA e os discursos a favor da sustentabilidade. Contudo, é possível observar, centralmente, dois posicionamentos distintos: 1) a ênfase da Coldiretti na promoção de circuitos curtos de comercialização sob a perspectiva do marketing, quer dizer garantir mercados competitivos para os seus sindicalizados; e 2) A promoção de redes alimentares alternativas pelo Genuíno Clandestino e Slow Food, num contexto claro contraposição ao regime alimentar corporativo. Contudo, as promoções dos CCCA ocorrem de forma diferenciada: enquanto o Genuíno Clandestino oferece menos opções comerciais e pouca preocupação com campanhas promocionais; o Slow Food desenvolve, assim como a Coldiretti, profissionais campanhas de marketing de modo a conquistar novos adeptos que estejam dispostos a transformar os seus hábitos de produção e consumo. Seja como for, as três redes organizacionais italianas promovem ações coletivas que buscam incluir e favorecer os agricultores não empresariais nos sistemas alimentares da Itália.

As experiências dessas três redes organizacionais italianas podem servir de inspiração para as diferentes redes organizacionais brasileiras no que se refere aos seus repertórios de ação coletiva em prol da agricultura familiar e camponesa, e a construção social de mercados. Novos e melhores mercados para agricultores familiares e consumidores podem nascer dessas ações coletivas que promovem sistemas alimentares mais sustentáveis.

REFERÊNCIAS

ANJOS, Flávio Sacco dos; CALDAS, Nádia Velleda. da. A dinâmica dos canais curtos de comercialização: o caso do Projeto Campagna Amica na Itália. **Sociedade e Estado** [online], v. 32, n. 03, 2017.

ANJOS, Flávio Sacco dos; CALDAS, Nádia Velleda; SIVINI, Silvia. Redes agroalimentarias alternativas: el caso Campagna Amica. **Rev. Mex. Sociol**, Ciudad de México, v. 81, n. 1, p. 63-87, marzo 2019.

BALDI, Lucia, BERTONI, Danilo, MIGLIORE, Giuseppina; PERI, Massimo. How alternative food networks work in a metropolitan area? An analysis of Solidarity Purchase Groups in Northern Italy. **Agric Econ**, 7, 20, 2019.

BIROCHI, René; ROVER, Oscar José; SCHULTZ, Glauco (org). **Alimentos bons, limpos e justos da Agricultura Familiar Brasileira**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 2019.

CAMPAGNA AMICA, sítio eletrônico, [S.d.]. Disponível em: <https://www.campagnamica.it/>. Acesso em junho de 2021.

CAMPI APERTI, sítio eletrônico, [S.d.]. Disponível em: <https://www.campiaperti.org/>. Acesso em junho de 2021.

CARVALHO, Priscila D. De; TEIXEIRA, Marco A. MOTTA, Renata; PENNA, Camila. Sistemas alimentares em disputa: respostas dos movimentos sociais à pandemia Covid-19. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, Rev. bras. Ci. Soc., v. 37, n. 108, 2022.

COLDIRETTI, sítio eletrônico, [S.d.]. Disponível em: <https://www.coldiretti.it/> Acesso em junho de 2021.

COLDIRETTI, **Statuto Confederazione Nazionale Coldiretti**. Approvato dall'Assemblea della Confederazione il 20 dicembre, 2013.

DAROLT, Moacir Roberto; ROVER, Oscar José (org.). **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis: Estúdio Semprelo, 2021.

FERRAZ, Ana Targina R. Movimentos sociais no Brasil contemporâneo: crise econômica e crise política. **Serviço Social & Sociedade**, n. Serv. Soc. Soc., 2019 (135), maio, 2019.

FLIGSTEIN, N. Innovation and the theory of fields. **AMS Rev**, 11, p.272–289, 2021.

GARIBALDI, Roberta; POZZI, Andrea. Creating tourism experiences combining food and culture: an analysis among Italian producers, **Tourism Review**, v. 73 n. 2, p. 230-241, 2018.

GAZOLLA, Márcio; AQUINO, Joacir Rufino. Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de Covid-19. **Estudos Sociedade e Agricultura**. V. 29, n. 2, p. 427-460, jun. a set., 2021.

GEHLEN, Ivaldo; MOCELIN, Daniel Gustavo (orgs.). **Organização social e movimentos sociais rurais**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018.

GENTILE, Chiara. **Slow food na Itália e no Brasil: história, projetos e processos de valorização dos recursos locais**. Tese. (Doutorado em Desenvolvimento Sustentável) - Universidade de Brasília, Brasília, 2016.

GENUINO CLANDESTINO, sítio eletrônico, [S.d.]. Disponível em: <https://genuinoclandestino.it/>. Acesso em junho de 2021.

GOODMAN, David; DUPUIS, Melanie; GOODMAN, Michael. **Alternative food networks: knowledge, place and politics**. London: Routledge, 2011.

GRAZIANO, Paolo; FORNO, Francesca. Political Consumerism and New Forms of Political Participation: The Gruppi di Acquisto Solidale in Italy. **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, v. 644, n. 1, p. 121-133, 2012.

MARSDEN, Terry; BANKS, Jo; BRISTOW, Gillian. Food supply chain approaches: Exploring their role in rural development. **Sociologia Ruralis**, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000.

McMICHAEL, Philip. **Regimes alimentares e questões agrárias**. São Paulo: UNESP; Porto Alegre: UFRGS, 2016.

MUÑOZ, Estevan Felipe Pizarro; NIEDERLE, Paulo André; DE GENNARO, Bernardo; ROSELLI, Luigi. Agri-Food Markets towards Agroecology: Tensions and Compromises Faced by Small-Scale Farmers in Brazil and Chile, **Sustainability**, v. 13, n. 6, p. 3096, 2021.

MUÑOZ, Estevan Felipe Pizarro **Mercados das agriculturas familiares e camponesas: uma análise institucional comparada entre Brasil e Chile**. Tese. (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019.

NIEDERLE, Paulo André; WESZ JUNIOR, Valdemar. **As novas ordens alimentares**. Porto Alegre: UFRGS, 2018.

OLIVEIRA, Leandro G. de.; BATALHA, Mário O. Conditioning factors to market fruits and vegetables from family farms to supermarket supply chains. **Ciência Rural**, v. 51, n. 4, 2021.

OLIVEIRA, Daniela; GRISA, Cátia; NIEDERLE, Paulo. Inovações e novidades na construção de mercados para a agricultura familiar: os casos da Rede Ecovida de Agroecologia e da RedeCoop. **Redes**, v. 25, n. 1, p. 135-163, 10 jan. 2020. DOI: <https://doi.org/10.17058/redes.v25i1.14248>

PORTILHO, Fátima. Ativismo alimentar e consumo político – Duas gerações de ativismo alimentar no Brasil. **Redes**, 25, n. 2, 411-432, 2020. DOI: <https://doi.org/10.17058/redes.v25i2.15088>

RAJÃO, Raoni *et al.* The rotten apples of Brazil's agribusiness. **Science**, Washington, v. 369, n. 6501, p. 246-248, 2020.

SACCHI, Giovanna. Fair Mobility e la controcultura contadina: da Genuíno Clandestino alla Cooperativa Integral Catalana. **Routs and Routes**, Anno V, n. 20, 2015.

SCHERER-WARREN, Ilse. Das mobilizações às redes de movimentos sociais. **Sociedade e Estado** [online], v. 21, n. 1, 2006.

SCOONES, Ian; Edelman, Marc; BORRAS Jr., Saturnino M.; HALL, Ruth; WOLFORD, Wendy; WHITE, Ben. Emancipatory rural politics: confronting authoritarian populism. **The Journal of Peasant Studies**, 45:1, 1-20, 2018.

SILVA, Marcelo Kunrath. #vemprarua: o ciclo de protestos de 2013 como expressão de um novo padrão de mobilização contestatória? In: CATTANI, A. D. (org.) **#protestos: análises das ciências sociais**. Porto Alegre: Tomo, 2014.

SILVA, Marcelo Kunrath; COTANDA, Fernando Coutinho; PEREIRA, Matheus Mazzilli. Interpretação e ação coletiva: o “enquadramento interpretativo” no estudo de movimentos sociais. **Revista de Sociologia Política**, Curitiba, v. 25, n. 61, p. 143-164, mar. 2017.

SLOW FOOD, sítio eletrônico, [S.d.]. Disponível em: <https://www.slowfood.it/>. Acesso em junho de 2021.

TARROW, Sidney. **Poder em movimento: movimentos sociais e confronto político**. Petrópolis: Vozes, 2009.

VIEIRA, Paulo Freire; GASPARINI, Marina Favrim; CUNHA, Lucia Helena de Oliveira. Agronegócio em tempos de colapso planetário: abordagens críticas. **Desenvolv. Meio Ambiente**, v. 57, p. 1-15, 2021.

WILKINSON, John; RAMA, Ruth. **Estudo de sistema produtivo agroindústria**. Brasília: IEL/NC, 2018.

Estevan Felipe Pizarro Muñoz. Doutor em Desenvolvimento Rural. Departamento de Ciências Naturais e Sociais, Universidade Federal de Santa Catarina. Professor. Rod. Ulysses Gaboardi, Km 3, Curitibanos, SC, Brasil, CEP 89520-000. estevan.munoz@ufsc.br

Oscar José Rover. Doutor em Desenvolvimento Rural. Departamento de Zootecnia e Desenvolvimento Rural, Universidade Federal de Santa Catarina. Professor. Rodovia Admar Gonzaga, 1346, Itacorubi, Florianópolis, SC, Brasil, CEP 88034-000. oscar.rover@ufsc.br

Bernardo Corrado de Gennaro. Doutor em Política e Agricultura Econômica. Dipartimento di Scienze Agro Ambientali e Territoriali de l'Università Degli Studi Di Bari Aldo Moro, Puglia, Italy. Professor. Via Giovanni Amendola, 165/A - 70126 Bari, Italy. bernardocorrado.degennaro@uniba.it

Luigi Roselli. Doutor em Política e Agricultura Econômica. Dipartimento di Scienze Agro Ambientali e Territoriali de l'Università Degli Studi Di Bari Aldo Moro, Puglia, Italy. Professor. Via Giovanni Amendola, 165/A - 70126 Bari, Italy. luigi.roselli@uniba.it

Submetido em: 27/03/2023

Aprovado em: 09/01/2024

CONTRIBUIÇÃO DE CADA AUTOR

Conceituação (Conceptualization): Estevan Felipe Pizarro Muñoz (EFPM); Oscar José Rover (OJR); Bernardo Corrado de Gennaro (BCG);

Curadoria de Dados (Data curation): EFPM.

Análise Formal (Formal analysis): EFPM; OJR.

Obtenção de Financiamento (Funding acquisition): BCG; Luigi Roselli (LR).

Investigação/Pesquisa (Investigation): EFPM; BCG; LR.

Metodologia (Methodology): EFPM; OJR; BCG.

Administração do Projeto (Project administration): EFPM.

Recursos (Resources): EFPM; BCG; LR.

Software: EFPM;

Supervisão/orientação (Supervision): OJR; BCG; LR.

Validação (Validation): EFPM.

Visualização (Visualization): EFPM:

Escrita – Primeira Redação (Writing – original draft): EFPM; OJR.

Escrita – Revisão e Edição (Writing – review & editing): EFPM; OJR; BCG; OJR.

Fontes de financiamento: Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e Università Degli Studi Di Bari Aldo Moro (UNIBA).