

A construção da estratégia de reprodução dos elementos endógenos no território Alto Camaquã a partir da diferenciação da carne de cordeiro

The construction of the reproduction strategy of endogenous elements in the territory Alto Camaquã from the differentiation of lamb meat

FISCHER, Douglas Cristiano¹; ZANELLA, Francis Casagrande²; PEREIRA, Lieli Severo^{1,3}; BORBA, Marcos Flávio Silva⁴

1 Universidade da Região da Campanha, douglasfischer8@gmail.com; 2 Universidade Federal do Pampa, franciszanella@gmail.com; 3 lielip@gmail.com; 4 Embrapa Pecuária Sul, marcos.borba@embrapa.br

Resumo

Este relato de experiência apresenta a construção de uma estratégia de diferenciação de um produto tradicional, em função de qualidades derivadas da coprodução entre pecuaristas familiares e o meio ambiente natural. Apresenta-se o caso da pecuária familiar do território Alto Camaquã, que, a partir de suas formas de produção associadas ao manejo sustentável dos recursos naturais, vem construindo uma estratégia de diferenciação da carne de cordeiro a partir das características endógenas do território. O processo está baseado no fortalecimento de um circuito voltado à reprodução dos elementos endógenos, através da comercialização de produtos com a qualidade vinculada à origem.

Palavras-chave: pecuária familiar; território; marca coletiva; bioma Pampa.

Abstract

This report presents the building of a strategy to differentiate a traditional product, in terms of qualities derived from co-production between family livestock and the natural environment. We present the case of a family livestock of Alto Camaquã territory that, from their forms of production associated with the sustainable management of natural resources, has been building a differentiation strategy of lamb meat from the endogenous characteristics of this territory. The process is guided by the strengthening of a circuit, beginning with the valorization of the natural resources as key components of identity and quality of products and services from the territory. The process is based on the strengthening of a circuit geared to the reproduction of endogenous elements, through the marketing of products with quality linked to origin.

Keywords: family livestock; territory; collective mark; Pampa biome.

Contexto

O bioma Pampa originalmente ocupava, com sua cobertura original, 56% da área do Rio Grande do Sul, especialmente da Metade Sul do Estado, além de estender-se ao Uruguai e Argentina. A substituição dos campos nativos por práticas de agricultura industrial, em taxas próximas a 150 mil hectares por ano, faz com que apenas um pouco mais de 30% da cobertura vegetal original ainda persista.

Apenas em 2004 o pampa foi reconhecido pelo Ministério do Meio Ambiente como bioma brasileiro. É considerado um bioma negligenciado (Overbeck, 2009), em grande parte devido à vegetação predominante ser composta por formações campestres, em um país mundialmente reconhecido por suas florestas (sobretudo amazônica e atlântica).

Entre as regiões que ainda conservam as características originais está o território formado pela parte superior da bacia do rio Camaquã, localizada sobre a formação geológica do Escudo Sulriograndense. Esta se caracteriza por uma topografia dobrada com afloramentos de rochas, com solos rasos e formação vegetal conformada pela associação de campos e bosques naturais. O Alto Camaquã, correspondente a este terço superior da bacia do rio Camaquã, localiza-se na Serra do Sudeste, próximo ao extremo Sul do Estado do RS, ocupando um área de 13.300 km², englobando oito (8) municípios.

Em função destas características a região resistiu aos modelos da modernização agrícola e agrária e, desta forma, conservou não apenas a paisagem como também as formas tradicionais de produção. Essa é a característica da pecuária familiar no território, que tem nas pastagens naturais a sua base forrageira, e um modo de vida específico no ‘fazer’ pecuária. A conservação desse conjunto é, portanto, resultado de um processo eco-sócio-histórico-cultural.

O projeto Alto Camaquã, como articulador para conservação dessas características, começou a ser desenvolvido no início de 2008 como uma estratégia de desenvolvimento endógeno, com perspectiva territorial. Ao longo do processo de consolidação dos resultados do projeto, atores sociais do Alto Camaquã, organizados em rede, vêm construindo um modelo sócio-técnico alternativo ao regime dominante (produção em escala, intensiva em insumos químicos e energéticos, produtos indiferenciados, mercados tradicionais).

A partir da valorização dos produtos e serviços do território, em função de sua origem e formas de produção fortemente vinculadas com o meio ambiente natural, a rede Alto Camaquã (ReAC), conformada por 20 associações comunitárias de oito (08) municípios, e apoiada por instituições de ensino, pesquisa e extensão e governos locais, está construindo uma estratégia de diferenciação dos produtos e serviços a partir das características endógenas do território.

O objetivo deste trabalho foi relatar como foi promovida uma estratégia de desenvolvimento territorial endógeno, que conserva biodiversidade e diversos elementos que configuram uma identidade socio-ecológico-cultural única. A estratégia de diferenciação e comercialização da carne de cordeiro do Alto Camaquã tem uma ‘outra’ concepção sobre a eficiência produtiva, ou seja, para ser eficiente não é necessário importar modelos exógenos, mas sim, manejar, qualificar, valorizar e reproduzir os elementos do potencial endógeno através de processos participativos.

Descrição da experiência

A metodologia utilizada na construção desta experiência foi a pesquisa-ação participativa, a partir de um reconhecimento de elementos do Alto Camaquã, onde permaneceram os modelos tradicionais que preservaram as características e recursos locais do território.

Uma das ferramentas utilizadas para o ‘reconhecimento’ (ver com outros olhos) do potencial endógeno foram as UEPAS (Unidades Experimentais Participativas). Foi aplicado o uso de ‘gaiolas’, ferramenta comum em pesquisa forrageira, onde era cercada uma pequena área de campo nativo no intuito de ‘olhar para o chão’ e reconhecer quais as espécies forrageiras presentes. Esse processo gerou o conhecimento necessário para um manejo que dê importância ao ‘descanso’ do campo, identificação de áreas de maior deficiência, e conseqüentemente, a tomada de decisão sobre por onde começar o manejo do campo conforme cada situação. Inicialmente as UEPAS foram introduzidas nas seguintes associações e municípios, respectivamente: Palmas (Bagé); Guaritas (Caçapava do Sul); Capela, Barroco (Piratini); Aproes (Encruzilhada do Sul); Carro quebrado, Aberta do Cerro, Restinga, Alto bonito (Pinheiro Machado); e posteriormente nos municípios de Lavras do Sul, Santana da Boa Vista e Canguçu, que ingressaram na rede.

As UEPAS introduzidas nas associações serviram como uma ferramenta de troca de experiências e intercâmbio de conhecimentos entre os pecuaristas. A partir disso formou-se a Rede de Produtores e Empreendedores do Alto Camaquã (Rede Alto Camaquã) que é composta pelas associações e os diferentes atores do território, comprometidos com o desenvolvimento territorial endógeno.

Através desse processo formou-se também a associação ADAC (Associação para o Desenvolvimento Sustentável do Alto Camaquã) onde, através da organização de fóruns, reuniões e assembleias, os pecuaristas familiares discutem estratégia de diferenciação da qualidade e comercialização de seus produtos.

Com o alcance de maiores níveis de organização, o principal resultado da construção em rede, foi registrada a marca coletiva Alto Camaquã. Esta representa a vinculação da qualidade específica de origem dos produtos do território para acesso a mercados em cadeias produtivas negociadas, socialmente construídas.

Em uma estratégia de valorização territorial são necessários métodos para provar atributos específicos na diferenciação de um produto de um determinado local. A carne de cordeiro é o principal produto inserido em processo de comercialização pela marca. A caracterização da carne é um método utilizado para conhecer as características do alimento. É categorizada a partir do manejo, análises *in vivo* dos animais e físico-químicas da carne (Osório, 2005).

Resultados

O principal resultado alcançado foi o fortalecimento e a consolidação da rede de produtores do Alto Camaquã através da construção da marca coletiva. Esse processo é fundamental para associar uma específica qualidade aos produtos vinculados ao território.

A partir de níveis mais elevados de organização coletiva, a ReAC passou a atuar em mercado socialmente construído para comercialização de cordeiros. Os diferentes membros da cadeia produtiva, envolvidos, negociaram condições justas para alcançar o mercado a partir da associação de marcas, ou seja, o frigorífico e comerciante se tornam parceiros e representativos do Alto Camaquã. Através dessa organização foram adquiridos equipamentos que irão ajudar no transporte e comercialização dos produtos.

Foram estabelecidas as seguintes características para definir o produto que será comercializado com a marca coletiva: a) Cordeiro macho de distintas raças; b) Castrado; c) Idade entre 3 e 12 meses; d) Peso entre 25 e 35 Kg; e) Alimentados à base de campo natural; f) Se aceitará inicialmente uma suplementação energética para garantir um mínimo de condição 3 de gordura corporal em uma escala entre 1 (fraco) e 5 (excesso de gordura) (BORBA et al., 2012).

Com a organização dos pecuaristas foram comercializados no decorrer do ano de 2013, 1040 cordeiros, com peso de 30 a 40 kg, idade de 12 a 14 meses, de todas as associações. A limitação dentro da continuidade do projeto é o mercado socialmente construído para a comercialização do cordeiro, pois em dezembro de 2013 terminou o contrato e não foi renovado.

A valorização dos recursos naturais também é um aspecto importante no processo de intercâmbio de conhecimentos, onde os produtores tinham uma visão negativa do campo, devido a uma série de restrições naturais. A partir de dias de campo nas propriedades, sobre o modo e motivos para manejar o campo, os produtores começaram a se relacionar de maneira diferente com o campo nativo, aprenderam a valorizar as características do local que agregam valor de origem ao produto.

Foi possível implementar o círculo virtuoso que promove reprodução de elementos endógenos. Uma organização que se orientou pelo fortalecimento de um circuito que tem início na valorização

dos recursos naturais - enquanto componentes fundamentais da identidade e da qualidade dos produtos e serviços oriundos do território, que passa pela busca de reconhecimento da sociedade para estas qualidades, incluindo mecanismos que garantam a remuneração, e que reforçam a necessidade de se conservar as características e recursos, recomeçando o ciclo.

Agradecimentos

Agradecemos a Embrapa Pecuária Sul, Companhia de Geração Térmica de Energia Elétrica – Eletrobrás CGTEE, Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura - IICA, e FAPERGS, pelo apoio para a realização deste trabalho.

Referências bibliográficas

BORBA, M. F. S.; SANTOS, J. S.; ROCHA, D. Caracterización socioeconómica y productiva del Territorio Alto Camaquã. Plataforma Regional de Calidad de los Sistemas Agroalimentarios de PROCISUR (PReCISAA), Brasil, 2012.

OSÓRIO, J. C. S. **Produção de carne ovina**: técnicas de avaliação “in vivo” e na carcaça. Pelotas: Ed. Universitária PREC/UFPEL, 2005. 82 p. 2 ed.

OVERBECK, G. E. et al., Os Campos Sulinos: um bioma negligenciado. In: PILLAR, V. P. et al., (Org.)

Campos Sulinos: Conservação e Uso Sustentável da Biodiversidade. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2009, v.1, p. 175-198.