

OBSERVATÓRIO DE GESTÃO, BRANDING E MERCADOS

VOCÊ SABE O QUE É LOCAVORISMO?

Margarete Ribeiro Tavares¹

Rebeca Cambaúva Leite²

Julio Cesar Loureiro³

O mercado contemporâneo é dotado por uma avidez de consumo que estimula todos os segmentos a se reinventarem constantemente com o objetivo de suprir esses desejos. Com isso, surgem novos termos e comportamentos que passam a ser desejados de forma coletiva, multiplicando a capacidade de consumo dos indivíduos e promovendo o “desejo de desejar” (TAVARES, 2020).

Nesse contexto, o locavorismo se apresenta com uma nova nomenclatura para antigas formas de consumo. O locavorismo é uma das categorias pertencentes à classificação alimentar orgânica. Esta prática corresponde ao cultivo e negociação de alimentos orgânicos em um raio de atuação de até 160 km, embora alguns países como EUA e Japão aceitem quilometragens distintas. A produção e o consumo locais promovem atitudes conscientes e sustentáveis com base nos três pilares que sustentam o movimento locavore: sociedade, meio ambiente e economia. Seu auge ocorreu por volta dos anos de 1990 nos EUA, porém, há indícios da existência do locavorismo em 1960 no Japão e na Suíça através dos CSA (Communit-Supported Agriculture), expandindo-se com o passar dos anos até alcançar a culinária e os grandes *chefs* contemporâneos (AZEVEDO, 2015).

O conceito de locavorismo não se limita a espaços físicos porque abarca fatores que atravessam dimensões culturais e sociais como forma de se apresentar benéficamente com atributos que vão além da relação preço-valor, mantendo a identidade original dos alimentos. Para Rudy (2012, p. 28):

[...] o locavorismo não se preocupa somente com a localização, massim, aponta a esperança e o sonho compartilhado de que podemos recuperar uma relação equilibrada com a natureza através de nossas escolhas alimentares.

Sob essa ótica, há o consentimento de ambas as partes para a viabilização de ações que promovam transformações positivas em cadeia através da sociedade, do meio ambiente e da economia. O locavorismo contempla as três dimensões do desenvolvimento sustentável, conforme segue:

1. Sociedade: A sustentabilidade social, no contexto do locavorismo, aborda o apoio e o respeito aos componentes das comunidades concomitantemente às ações de ideais de

¹ *Margarete Ribeiro Tavares* é profissional de marketing, administradora e economista, doutora em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social. Atualmente, é coordenadora dos cursos de Marketing e Recursos Humanos do UNIFESO. E-mail: margaretetavares@unifeso.edu.br. <http://lattes.cnpq.br/6790155488806625>.

² *Rebeca Cambaúva Leite* é graduada em Rádio, TV e internet, doutora em Comunicação Audiovisual. Atualmente, é docente do curso de Marketing do UNIFESO. E-mail: rebecaleite@unifeso.edu.br. <http://lattes.cnpq.br/1949503923256495>

³ *Julio Cesar Loureiro* é administrador, mestre em Administração de Empresas. Atualmente, é docente dos cursos de Marketing e de Recursos Humanos do UNIFESO. E-mail: juliocesarloureiro@unifeso.edu.br. <http://lattes.cnpq.br/3480338005370396>.

combate às desigualdades sociais. Dentro desse processo estão os direitos humanos e de trabalho que atuam diretamente na geração de empregos e na segurança alimentar.

2. Meio ambiente: O locavorismo lança seu olhar responsável sobre os recursos naturais e suas formas de exploração (água, ar, terra, entre outros). Neste contexto, o grande desafio é produzir e negociar o mais próximo possível para não perder a qualidade dos alimentos e manter a pureza dos locais de cultivo. Com a redução do percurso entre produção e comercialização, foi possível diminuir a emissão de gases tóxicos no meio ambiente.
3. Economia: A economia local é amplamente privilegiada com o sucesso do locavorismo, gerando empregos que resultam em renda e consumo, permitindo a geração de novos empregos que retroalimentam esse ciclo econômico. Quando os proprietários de negócios locais mantêm seus ganhos dentro de suas comunidades, eles tendem a contribuir para a multiplicação das riquezas locais.

Em função da grande abrangência da agricultura familiar em Teresópolis, o locavorismo ganha espaço para ser reconhecido através de sua forte contribuição social, econômica e ambiental. Mesmo não utilizando essa nomenclatura, toda a negociação que ocorre com os produtos orgânicos produzidos em Teresópolis em um raio de até 160 km, faz parte do locavorismo.

Teresópolis é conhecida como a Capital Estadual da Agricultura Familiar, contando com mais de 16 mil hectares destinados à agropecuária (DIARIODORIO.COM, 2025). Grande parte dessa área é composta por pequenas propriedades que contemplam alimentos orgânicos e inorgânicos. Como a maioria das negociações ocorre no Ceasa, os produtos orgânicos podem ser caracterizados como locavores, abrindo margem para estudos futuros e para a valorização de Teresópolis através das produções que promove.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- AZEVEDO, E. O Ativismo Alimentar na perspectiva do Locavorismo. **Ambiente & Sociedade**. São Paulo, vol.18 nº 3 Jul. /Set., 2015.
- DIARIODORIO.COM. **Líder em agricultura familiar, Teresópolis pode ganhar Mercado Municipal**. Disponível em <https://diariodorio.com/lider-em-agricultura-familiar-teresopolis-pode-ganhar-mercado-municipal/>. Acesso em 18 de março de 2025.
- TAVARES, Margarete Ribeiro. **Natureza fashion: os orgânicos estão na moda? Locavorismo e produção de “kits de subjetividades” no Circuito de Feiras Orgânicas do Rio de Janeiro**. Tese de doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (Programa EICOS), Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2020.
- RUDY, K. Locavores, feminism, and the question of meat. **The Journal of American Culture**, v. 35, n. 1, p. 26-36, 2012.