



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA
DOUTORADO EM SOCIOLOGIA**

MANUELLA CAROLINA COSTA DE OLIVEIRA

**AGRICULTURA FAMILIAR E CADEIAS CURTAS DE ALIMENTOS: a formação de
um *Espaço de Reciprocidade* na Feira Agroecológica de Casa Forte, Recife - PE**



Recife

2020

MANUELLA CAROLINA COSTA DE OLIVEIRA

AGRICULTURA FAMILIAR E CADEIAS CURTAS DE ALIMENTOS: a formação de um *Espaço de Reciprocidade* na Feira Agroecológica de Casa Forte, Recife - PE

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Doutora em Sociologia.

Área de concentração: Processos Sociais Rurais e Novas Tendências na Agricultura.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Henrique Novaes Martins de Albuquerque.

Coorientador: Prof. Dr. Alberto Riella Eustachio.

Recife

2020

Catálogo na fonte
Bibliotecária Maria do Carmo de Paiva, CRB4-1291

O48a Oliveira, Manuella Carolina Costa de.
Agricultura familiar e cadeias curtas de alimentos : a formação de um espaço de reciprocidade na feira agroecológica de Casa Forte, Recife – PE / Manuella Carolina Costa de Oliveira. – 2020.
226 f. : il. ; 30 cm.

Orientador: Prof. Dr. Paulo Henrique Novaes Martins de Albuquerque.
Coorientador: Prof. Dr. Alberto Riella Eustachio.
Tese (Doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, CFCH.
Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Recife, 2020.
Inclui referências e apêndices.

1. Sociologia. 2. Agricultura familiar. 3. Ecologia agrícola. 4. Feiras. 5. Produtores rurais. 6. Consumidores. I. Albuquerque, Paulo Henrique Novaes Martins de (Orientador). II. Eustachio, Alberto Riella (Coorientador). III. Título.

301 CDD (22. ed.)

UFPE (BCFCH2020-291)

MANUELLA CAROLINA COSTA DE OLIVEIRA

AGRICULTURA FAMILIAR E CADEIAS CURTAS DE ALIMENTOS: a formação de um Espaço de Reciprocidade na Feira Agroecológica de Casa Forte, Recife - PE

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Doutora em Sociologia.

Aprovada em: 20/02/2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Paulo Henrique Novaes Martins de Albuquerque (**Presidente/Orientador**)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Cristiano Wellington Noberto Ramalho (**Examinador Interno**)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Ludovic Alexandre Jacques Aubin (**Examinador Interno**)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Maurício Sarda de Faria (**Examinador Externo**)
Universidade Federal Rural de Pernambuco

Prof. Dr. Paulo Afonso Barbosa de Brito (**Examinador Externo**)
Universidade Federal do Amapá

A minha mãe, Graciete Oliveira, que sempre me incentivou a trilhar o caminho dos estudos, sua maior herança. Gratidão por sua doação e seu amor.

A meu pai, Manoel Oliveira (*in memoriam*), que fez tanto por mim ao longo da sua vida. Com todo o meu amor e gratidão.

Ao meu companheiro de vida, Felipe Pessoa, pelo incentivo, paciência, amor e presença no desenvolvimento desta pesquisa.

Dedico esta tese a vocês.

AGRADECIMENTOS

“Aqueles que passam por nós, não vão sós, não nos deixam sós. Deixam um pouco de si, levam um pouco de nós” (Antoine de Saint-Exupéry).

Uma tese é tecida por muitas pessoas. Na jornada do doutorado elas estenderam sua mão em momentos difíceis e enxugaram minhas lágrimas, e nas conquistas “sorriram sorrisos” junto a mim. E para elas que dedico esta tese.

Agradeço a minha família, por todo o apoio e compreensão pelos momentos de ausência. Em especial, aos meus pais Manoel (*in memoriam*) e Graciete, pelo exemplo, amor, cuidado e liberdade de escolha e apoio nas minhas empreitadas por essa vida.

A meu companheiro da vida, com quem compartilho meus dias, Felipe Alencar, comigo desde a graduação, mestrado e doutorado. Gratidão por todo amor, paciência e compreensão!

A minha forte rede de apoio, Gabriela Carvalho, Jonas Nascimento, Cristhiane Raposo e Rodrigo Vieira e Samuel Wohl, com quem compartilhei momentos difíceis, lamentos e alegrias. Gratidão pelas contribuições em todas as fases do doutorado, e na construção dessa tese. Obrigada por terem feito do meu sonho, um sonho possível!

A todos os meus amigos, que estiveram comigo direta e indiretamente neste processo de doutoramento. Gratidão!

Aos meus amigos e companheiros de trabalho do PROCON RECIFE, que me ouviram e me motivaram, e em especial a minha chefe Sinara Maranhão, Pâmella Almeida, Eduarda Pinheiro e Bárbara Xavier, por acreditarem na minha jornada acadêmica, pelas palavras de incentivo, e pela amizade.

Ao meu orientador, Paulo Henrique Martins, pela oportunidade de ser sua aluna, por acreditar em mim, paciência, pelas preciosas colaborações teóricas e pela possibilidade de realizar e concluir este estudo. Gratidão também pelo incentivo para realizar meu estágio de doutorado sanduíche no Uruguai. Você vive a dádiva!

Agradeço aos docentes e discentes do Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS), especialmente aos companheiros de classe, minha turma de 2015. Compartilhar esta jornada incrível, porém cheias de desafios, ao lado de vocês foi enriquecedor.

Gracias ao professor Alberto Riella (e coorientador desta tese), da *Facultad de Ciencias Sociales*, da *Universidad de la República* (Udelar – Uruguai), que me recebeu e supervisionou meu doutorado sanduíche em Montevideú, no Uruguai. *Gracias* também aos meus colegas da

turma 2018.2, da *maestría en Sociología: la cuestión agraria en América Latina (Sociología Rural y Cuestión Agraria I)* pelas trocas de experiências e pelos belos dias no país. Aos companheiros que encontrei nesta experiência, e que também estavam em jornada científica: gratidão pelos conhecimentos compartilhados e construídos.

Dedico um agradecimento formal a Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - CAPES, pelo financiamento, através da bolsa, proporcionando a realização da pesquisa no Brasil, e no doutorado sanduíche no Uruguai.

E finalmente, gratidão aos atores sociais desta pesquisa, os produtores-feirantes da Feira Agroecológica de Casa Forte, consumidores e representantes das instituições que sempre estiveram disponíveis para me conceder entrevistas e repassar informações.

RESUMO

Esta tese tem como objetivo estudar a formação e reprodução de um *espaço de reciprocidade* (sistema de trocas) envolvendo produtores - feirantes e consumidores na Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF), na cidade do Recife, no estado de Pernambuco, os quais se fundam em práticas voltadas para motivar e viabilizar trocas espontâneas que promovem a confiança mútua. Diante de tal problemática, construímos uma hipótese geral de que o sistema de trocas econômicas na FACF é sobreposto por práticas de reciprocidade, uma vez que, o elemento *valor - confiança* é fundamental para legitimar a presença física dos atores sociais dentro do espaço. A partir disso, questiona-se: como se dá o processo de construção da troca recíproca, entre produtores e consumidores orgânicos no espaço da FACF? Tais perspectivas, se inserem em uma discussão sobre cadeias curtas alimentares e o sistema de reciprocidade, assim como, na importância das relações de proximidade e de confiança estabelecidas entre produtores rurais e consumidores urbanos, na comercialização de produtos orgânicos em feiras agroecológicas. Desse ponto de vista, a Teoria da Reciprocidade de Dominique Temple fornece a base argumentativa para as questões trabalhadas nesta pesquisa – no que tange à formação de vínculos sociais nas feiras agroecológicas através do “oferecer” e “receber”, onde os indivíduos são mobilizados por outros princípios de troca (baseia-se em valores como reputação, amizade, confiança e solidariedade) que não econômico, como o estabelecimento de um bom convívio comunitário. Por esta via, teremos também a contribuição de Eric Sabourin, quando alinha a Teoria da Reciprocidade a agricultura camponesa, a partir da dialética entre o desenvolvimento da produção de valores materiais destinados a trocas mercantis, e a produção de valores afetivos (amizade e respeito) e éticos (confiança, justiça e equidade). A abordagem metodológica eleita para nossos propósitos foi a qualitativa, e foi amparada primeiramente pela técnica de amostragem *snowball*, combinada com as técnicas de coleta de dados por meio de entrevistas semiestruturadas - com os agricultores, consumidores, e instituições envolvidas, realizadas a partir de um roteiro, além da observação de campo e pesquisa bibliográfica. O trabalho de campo foi realizado nos meses de janeiro de 2016, e em junho e julho de 2018, na feira agroecológica e nos sítios dos produtores. O estudo nos evidenciou, que a Feira Agroecológica de Casa Forte se revela como *espaço de reciprocidade*, pois permite uma relação de maior proximidade entre os produtores e os consumidores, a qual não se reduz a mera troca mercantil do tipo dar-pagar, ao mesmo tempo, a FACF é um instrumento que aponta para novas

perspectivas na relação do rural no espaço urbano. As análises nos permitiram entender também que o *valor-confiança* é um aspecto construtor nas interações ocorridas no espaço da feira. As cadeias curtas (re)colocam a questão da confiança no eixo do debate alimentar, isto é, mesmo que os motivos e justificações para o consumo dos alimentos orgânicos variem, os valores compartilhados na feira condicionam a melhoria no processo de mediação e acreditação nos alimentos, (re)valorizando assim, conhecimentos, significados e valores que são atribuídos a estes produtos. A abrangência da Teoria da Reciprocidade permitiu articular tanto os mecanismos comerciais que promovem a diversidade produtiva e a valorização local dos territórios onde é feita a produção agroalimentar, como também, evidenciou a proximidade entre seus atores sociais, e desta forma, gerou vínculos sociais mais amplos que os mercantis, fortalecendo relações e a construção de um *espaço de reciprocidade* FAF.

Palavras-chave: Feira agroecológica. Cadeias curtas alimentares. Reciprocidade. Produtor rural. Consumidor.

ABSTRACT

This thesis aims to study the formation and reproduction of a reciprocity space (exchange system) involving producers/marketers and consumers at the Casa Forte Agroecological Fair (FACF), in the city of Recife, State of Pernambuco, which is established in practices aimed at motivating and enabling spontaneous exchanges that promote mutual confidence. The work develops from a general hypothesis that the economic exchange system at FACF is overlapped by reciprocity practices since the value - trust element is fundamental to legitimize the physical presence of social actors within space. The following questions are raised: how does the process of building reciprocal exchange take place between organic producers and consumers in the FACF space? Such perspectives are part of a discussion on short food chains and the reciprocity system, as well as on the importance of proximity and trust established between rural producers and urban consumers in the sale of organic products at agroecological fairs. The contribution of Eric Sabourin, aligns the Theory of Reciprocity with peasant agriculture, based on the dialectic between the development of the production of material values destined for commercial exchanges, and the production of affective values (friendship and respect) and ethical (trust, justice and equity). The methodological approach chosen for our purposes was qualitative and was supported primarily by the snowball sampling technique, combined with data collection techniques through semi-structured interviews - with the farmers, consumers, traders and institutions involved, following a script, in addition to field observation and bibliographic research. The fieldwork was carried out in January 2016, and in June and July 2018, at the agroecological fair and on the producers' sites. The study showed Casa Forte Agroecological Fair as a space of reciprocity, as it allows a closer relationship between producers and consumers, which cannot be reduced to the mere commercial exchange of the give-pay type. At the same time, the FACF is an instrument that points to new perspectives in the relationship of the rural in the urban space. The analyzes also allowed us to understand that value-trust is a constructive aspect of the interactions that took place at the fair. The short chains (re) place the issue of trust on the food debate axis, that is, even though the reasons and justifications for the consumption of organic food vary, the values shared at the fair condition the improvement in the process of mediation and accreditation in food, (re) valuing the knowledge, meanings and values that are attributed to these products. The scope of the Theory of Reciprocity allowed to articulate both the commercial mechanisms that promote

productive diversity and the local valorization of the territories where agri-food production takes place, as well as showing the proximity between its social actors and in this way, it generated broader social bonds than mercantile ones, strengthening relationships and building a space of FAFR reciprocity.

Keywords: Agroecological fair. Short food chains. Reciprocity. Rural producer. Consumer.

RESUMEN

Esta tesis tiene como objetivo estudiar la formación y reproducción de un *espacio de reciprocidad* (sistema de intercambio) que involucra a productores y consumidores en la Feria Agroecológica Casa Forte (FACF), en la ciudad de Recife, en el estado de Pernambuco, los cuales se fundan en prácticas destinadas a motivar y permitir intercambios espontáneos que promuevan la confianza mutua. Ante tales problemas, construimos la hipótesis general de que al sistema de intercambio económico en FACF se sobrepone las prácticas de reciprocidad, ya que el elemento de “*valor-confianza*” es fundamental para legitimar la presencia física de los actores sociales en el espacio. Con base a esto, surge la pregunta: ¿cómo se lleva a cabo el proceso de construcción del intercambio recíproco entre productores orgánicos y consumidores en el espacio FACF? Dichas perspectivas son parte de una discusión sobre las cadenas alimentarias cortas y el sistema de reciprocidad, así como sobre la importancia de la cercanía y la confianza establecida entre los productores rurales y los consumidores urbanos en la venta de productos orgánicos en ferias agroecológicas. Desde este punto de vista, la Teoría de la Reciprocidad de Dominique Temple proporciona la base argumentativa para los problemas abordados en esta investigación, con respecto a la formación de lazos sociales en ferias agroecológicas a través de la “oferta” y la “recepción”, donde los individuos son movilizados por otros principios de intercambio (basados en valores como reputación, amistad, confianza y solidaridad) no necesariamente económicos, como el establecimiento de una buena comunidad. De igual manera, también tendremos la contribución de Eric Sabourin, cuando alinea la Teoría de la Reciprocidad con la agricultura campesina, fundamentada en la dialéctica entre el desarrollo de la producción de valores materiales destinados a intercambios comerciales y la producción de valores afectivos (amistad y respeto) y éticos (confianza, justicia y equidad). El enfoque metodológico elegido para nuestros propósitos fue cualitativo, y fue apoyado principalmente por la técnica de muestreo de *snowball*, combinada con técnicas de recolección de datos a través de entrevistas semiestructuradas con los agricultores, consumidores, comerciantes e instituciones involucradas, realizadas desde un guion; además de observación de campo e investigación bibliográfica. El trabajo de campo se realizó en los meses de enero de 2016, y en junio y julio de 2018, en la feria agroecológica y en las fincas de los productores. El estudio nos mostró que la Feria Agroecológica Casa Forte emerge como un *espacio de reciprocidad*, ya que permite una relación más estrecha entre productores y consumidores, que

no puede reducirse al mero intercambio comercial del tipo dar-pagar, al mismo tiempo, la FACH es un instrumento que apunta a nuevas perspectivas en la relación de lo rural en el espacio urbano. Los análisis también nos permitieron comprender que el “*valor-confianza*” es un aspecto constructivo en las interacciones que tuvieron lugar en la feria. Las cadenas cortas (re)colocan el tema de la confianza en el eje del debate alimentario, es decir, aunque las razones y justificaciones para el consumo de alimentos orgánicos varían, los valores compartidos en la feria condicionan la mejora en el proceso de mediación y acreditación en alimentos, (re)valoran los conocimientos, significados y valores que se atribuyen a estos productos. El alcance de la Teoría de la Reciprocidad permitió articular los mecanismos comerciales que promueven la diversidad productiva y la valorización local de los territorios donde tiene lugar la producción agroalimentaria, así como, la posibilidad de evidenciar la proximidad entre sus actores sociales y, de esta manera, generar lazos sociales más amplios fortaleciendo las relaciones y construyendo un *espacio de reciprocidad* FACH.

Palabras clave: Feria Agroecológica. Cadenas alimenticias cortas. Reciprocidad. Productor rural. Consumidor.

LISTA DE ESQUEMAS

Esquema 1 - Esquema representando o sistema da dívida: dar, receber, retribuir.....	103
Esquema 2 - Esquemáticamente, essas são as esferas da produção, processamento, comercialização e consumo de alimentos	121
Esquema 3 - Diferenças entre a agricultura orgânica e agricultura orgânica de mercado	127
Esquema 4 - Alguns marcos da institucionalidade e organização da produção orgânica no Brasil e no mundo.....	128
Esquema 5 - Informações gerais sobre a Feira Agroecológica de Casa Forte.....	157

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Capas de jornais do mundo noticiando os incêndios na Amazônia e os protestos	30
Figura 2 - Sobre a má distribuição de alimentos e fome	53
Figura 3 - Representação dos três períodos históricos dos Regimes Alimentares.....	56
Figura 4- Representações do sistema da <i>AgroSolidaria</i> , e do seu Circuito Econômico Agroalimentar.....	67
Figura 5 - “O Custo Humano dos Agrotóxicos”	70
Figura 6 - Contrastes entre modelos da agricultura.....	74
Figura 7 - Elementos que compõem o Plano Nacional de Agroecologia.....	96
Figura 8 - A atmosfera da dádiva contrastada ao ambiente mercantil	104
Figura 9 - Publicidade do Programa de Aquisição de Alimentos – PAA, conhecido como “Compra direta da agricultura familiar” do Governo Estadual do Piauí.....	114
Figura 10 - Mapa dos municípios participantes do PAA em 2016.....	115
Figura 11 - As 10 modalidades ou tipos de cadeias curtas de alimentação.....	116
Figura 12 - Tipo de venda, definição e características dos principais circuitos curtos de comercialização no Brasil	117
Figura 13 - Classificação dos consumidores de produtos orgânicos no Brasil.....	133
Figura 14 - A ilustração de um material educativo.....	135
Figura 15 - Mapeamento de feiras orgânicas no Brasil.....	145
Figura 16 - Mapeamento de feiras orgânicas no Estado de Pernambuco.....	147
Figura 17 - Mapeamento de feiras orgânicas no Estado de Pernambuco.....	148
Figura 18 - Recorte espacial da localização da Feira Agroecológica de Casa Forte, na Praça de Casa Forte.....	160
Figura 19 - Ciclo radial que demonstra a participação dos atores sociais, que constituem para a construção de um <i>espaço de reciprocidade</i> na FAF.....	167
Figura 20 - Dimensões que compõem o <i>espaço de reciprocidade</i> , construídos a partir das interações sociais ocorridas no espaço da feira.....	168
Figura 21 - Esquema de funcionamento da Feira Agroecológica de Casa Forte/ Recife.....	168

LISTA DE FOTOS

Fotos 1,2,3 e 4 - Feira de <i>Tristán Narvaja</i> , em Montevidéu, Uruguai.....	90
Fotos 5 e 6 - Feira orgânica localizada no Parque Rodó, Montevidéu	91
Foto 7 - Criança brasileira, que vive em um bairro nobre no Brasil, e que gosta de fazer seus próprios aperitivos. Entre seus favoritos estão o suflê de chocolate, qualquer coisa com Nutella, brigadeiro e leite condensado.....	111
Foto 8 - Mãe com dois filhos, venezuelana, refugiada. Fizeram uma longa viagem a Bogotá com uma pequena quantidade de comida, sobretudo pão e água.....	111
Foto 9 - Produtor da Feira Agroecológica de Casa Forte (Recife), entregando as compras de produtos orgânicos à consumidor.....	134
Foto 10 - Exemplo de declaração de cadastro do produtor vinculado a OCS, fornecido pelo Mapa.....	140
Foto 11 - Exemplo de Declaração de cadastro de OCS exposto na Feira Agroecológica de Casa Forte.....	140
Foto 12 - Imagem aérea da Praça de Casa Forte.....	149
Foto 13 - Produtos comercializados na FACF.....	156
Foto 14 - Produtos comercializados na FACF.....	156
Foto 15 - Frutas comercializadas na FACF.....	156
Foto 16 - Frutas comercializadas na FACF.....	156
Foto 17 - Bancas de comercialização do comércio paralelo.....	159
Foto 18 - Frutas comercializadas na FACF.....	159
Foto 19 - Feira Agroecológica de Casa Forte.....	161
Fotos 20 e 21 - Os dois lados (esquerdo e direito) da feira agroecológica de casa forte, que ocupa a faixa central da praça.....	161
Foto 22 - Feira de Casa Forte.....	162
Foto 23 - Feira de Casa Forte.....	162
Foto 24 - A FACF se caracteriza como um espaço de sociabilidade, em que valores de amizade podem nascer. O contato com a natureza é convidativo para quem frequenta a feira.....	171
Foto 25- A sequência de fotos mostra o produtor explicando parte do processo de produção da cenoura orgânica, em uma das visitas realizadas a seu sítio/ Sítio Mocotó (Município de Pombos)	177

Foto 26 - Produtores conversando, depois de terem finalizado a organização das bancas na FACF.....	185
Foto 27 - Observamos nestas imagens, a intercooperação no descarregamento dos caixotes com os produtos na chegada, e na saída da FACF.....	186
Foto 28 - A sequência de fotos mostra o momento do encontro entre o consumidor e o produtor, na FACF. O consumidor da foto, frequenta a feira há 15 anos.....	189
Foto 29 - Comercialização de verduras na FACF.....	200

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 - Nota do Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional do Estado de Pernambuco, sobre o a matéria do fantástico divulgada em 2016.....	197
Imagem 2 - Nota do Jornal local Diário de Pernambuco, publicada dia 6/03/2016, um mês depois do ocorrido.....	198

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características dos produtores-feirantes entrevistados.....	43
Quadro 2 - Características dos consumidores entrevistados.....	43
Quadro 3 - Informações sobre os entrevistados das instituições.....	45

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Principais características dos Regimes Alimentares	56
Tabela 2 - Principais organizações sociais para a legitimação da agroecologia e a produção orgânica no Uruguai.....	93

LISTA DE SIGLAS

ALASRU	Asociación Latinoamericana de Sociología Rural
CEPAL	Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe
FAO	Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação
FIDA	Fundo Internacional para o Desenvolvimento Agrícola
MAELA	<i>Movimiento Agroecológico Latinoamericano</i>
CLADES	<i>Consortio Latinoamericano de Agroecologia y Desarrollo</i>
SOCLA	<i>Sociedad Científica Latinoamericana de Agroecología</i>
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura
MAPA	Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MMA	Ministério do Meio Ambiente
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
CONAB	Companhia Nacional de Abastecimento
OCS	Organização de Controle Social
SPG	Sistemas Participativos de Garantia
MDS	Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome
CSURB	Companhia de Serviços Urbanos do Recife
SEMOC	Secretaria de Mobilidade e Controle Urbano
OCS	Organização de Controle Social

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	24
1.1	UM CONVITE PARA ENTRAR.....	24
1.1.1	Como cheguei até aqui? Justificando a pesquisa.....	25
1.1.2	As inspirações teórico-metodológicas.....	29
1.2	BRASIL EM CENA COM CORTINA DE FUMAÇA: SOBRE AGRICULTURA FAMILIAR, AGROECOLOGIA E NOVOS CIRCUITOS DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO	29
1.2.1	O paradigma da modernização agrícola: o modelo da agricultura familiar no Brasil e no Nordeste.....	32
1.2.2	O interesse por alimentos saudáveis e mercados socialmente construídos.....	35
1.2.3	A contribuição da teoria da reciprocidade para os mercados de proximidade....	37
1.3	ASPECTOS METODOLÓGICOS: O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO.....	38
1.3.1	Tracejando o caminho: elementos técnicos da pesquisa	38
1.4	A PARTIR DO NOSSO ESTUDO DE CASO: O PLANO DA OBRA.....	46
2	A QUESTÃO ALIMENTAR E AGROECOLOGIA: UMA PERSPECTIVA DESDE A AMÉRICA LATINA.....	48
2.1	O BRASIL E O URUGUAI COMO PALCO DAS IDEIAS: UMA INTRODUÇÃO AO DEBATE DA AGROECOLOGIA.....	48
2.2	OS REGIMES ALIMENTARES E SUAS TRANSFORMAÇÕES: UM CAMINHO À SOBERANIA ALIMENTAR.....	51
2.2.1	Contornos dos Regimes Alimentares	53
2.2.2	Agricultores familiares de todo mundo, uni-vos! Sobre soberania alimentar.....	62
2.3	A AGROECOLOGIA COMO PARADIGMA CIENTÍFICO PARA UM NOVO METABOLISMO AGRÁRIO SUSTENTÁVEL.....	69
2.3.1	Sobre o princípio fundador da abordagem agroecológica e sua dimensão sociológica.....	75
2.4	A REVOLUÇÃO AGROECOLÓGICA NA AMÉRICA LATINA.....	77
2.4.1	A experiência agroecológica no Brasil e no Uruguai: um breve panorama.....	80

3	RELAÇÃO FACE TO FACE (SHORT FOOD): RECIPROCIDADE, CADEIAS CURTAS DE ALIMENTOS (CCAS) E A FORMAÇÃO DE UM ESPAÇO DE RECIPROCIDADE.....	98
3.1	UTILITARISMO À TEORIA DA RECIPROCIDADE: ASPECTOS GERAIS DO DEBATE	98
3.1.1	Da Dádiva à questão da Reciprocidade: Marcel Mauss.....	102
3.1.2	As estruturas de reciprocidade: Dominique Temple.....	102
3.1.3	As contribuições da Teoria da Reciprocidade na agricultura familiar: Eric Sabourin.....	107
3.2	A RELAÇÃO <i>FACE TO FACE</i> : CADEIAS CURTAS DE ALIMENTOS (SHORT FOOD) E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO VALOR-CONFIANÇA E DO ESPAÇO DE RECIPROCIDADE.....	109
3.3	CONFIAR É DAR UM SALTO NO ESCURO: A CONSTRUÇÃO DO VALOR-CONFIANÇA NAS CADEIAS CURTAS ALIMENTARES.....	119
3.4	DIRETO DA NATUREZA PARA SUA MESA: A CONSTRUÇÃO DO CRITÉRIO DE QUALIDADE DO PRODUTO ORGÂNICO.....	122
3.5	DIZ O QUE COMES, QUE EU TE DIREI QUEM ÉS: CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ORGÂNICOS.....	130
3.6	MECANISMOS DE VERIFICAÇÃO E CONTROLE SOCIAL.....	135
3.7	AS FEIRAS LIVRES DE VENDA DIRETA DE ALIMENTOS NO BRASIL: ELEMENTOS INICIAIS SOBRE A FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE.....	141
4	AS DETERMINAÇÕES LEGAIS E AFETIVAS DOS SISTEMAS DE TROCAS DA FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE (FACF): A FORMAÇÃO DE UM ESPAÇO DE RECIPROCIDADE.....	151
4.1	DESVENDANDO A FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE (FACF).....	152
4.1.1	Caracterizando a Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF).....	155
4.2	CONSTRUINDO UM <i>ESPAÇO DE RECIPROCIDADE</i> NA FACF: SEMEANDO O VALOR- CONFIANÇA NAS RELAÇÕES PRÁTICAS E NAS RELAÇÕES AFETIVAS.....	164
4.3	QUEM OCUPA A FEIRA? SOBRE AS DIMENSÕES DAS “RELAÇÕES PRÁTICAS” E DAS “RELAÇÕES AFETIVAS” NA FACF.....	169
4.3.1	A dimensão das relações práticas.....	169

4.3.2	A dimensão das relações afetivas.....	181
4.4	A ORGANIZAÇÃO DE CONTROLE SOCIAL (OCS): INSTITUCIONALIZAÇÃO DA CONFIANÇA NA FACF?.....	195
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	202
	REFERÊNCIAS.....	209
	APÊNDICE A - ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA CENTRO DE DESENVOLVIMENTO AGROECOLÓGICO SABIÁ E A SUPERINTENDÊNCIA FEDERAL DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO NO ESTADO DE PERNAMBUCO.....	223
	APÊNDICE B - ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA A SECRETARIA DE MOBILIDADE E CONTROLE URBANO DA PREFEITURA DO RECIFE...224	
	APÊNDICE C - ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA OS PRODUTORES-FEIRANTES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE - FACF.....	225
	APÊNDICE D - ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA OS CONSUMIDORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE - FACF.....	226

1 INTRODUÇÃO

Neste capítulo introdutório apresento minha experiência de intercâmbio no Uruguai (2018 - 2019), que teve uma influência direta na conformação do desenho desta pesquisa. Em seguida, o leitor terá a oportunidade de conhecer os caminhos teóricos-metodológicos adotados para o debate geral, e os aspectos metodológicos para o processo de investigação. Conhecerá também, o direcionamento dos temas dos circuitos curtos de alimentos na lógica da reciprocidade e da troca mercantil no seio do debate da agricultura familiar no Brasil. Tal igual, o contexto recente das feiras agroecológicas no Brasil, e, o estudo sobre as transformações do mundo rural, tendo como foco o Nordeste brasileiro.

1.1 UM CONVITE PARA ENTRAR

Quiçá, o sol poente de todos os dias que lançava seus raios alaranjados sobre as paredes cinzas das casas, e dos baixos edifícios que cobriam a cidade de Montevideú, me fizeram sentir aquela cidade bucólica de forma mais intensa, e me inspiraram a escrever. Este mesmo pôr do sol, que por muitas vezes foi o tema e inspiração predominante do pintor, escultor, e escritor uruguaio Carlos Páez Vilaró. Ele que escreveu poemas sobre a “cerimônia do sol”, na despedida do astro rei, e para quem construiu a sua maior obra de arte, a *Casa Pueblo*. Vilaró, como intimamente o chamo, declamava este pequeno trecho abaixo, em que tive a oportunidade de escutar em uma das minhas visitas ao lugar:

¡Chau Sol...! Gracias por provocarnos una lágrima, al pensar que iluminaste también la vida de nuestros abuelos, de nuestros padres y la de todos los seres queridos que ya no están junto a nosotros, pero que te siguen disfrutando desde otra altura. ¡Adiós Sol...! Mañana te espero otra vez. Casa Pueblo es tu casa, por eso todos la llaman la casa del sol.

Seguramente, esta introdução não é sobre as belezas do Uruguai, mas é definitivamente, sobre as sensações intelectuais e poéticas que a cidade com sua arquitetura, pessoas, silêncio, cultura, estética, cheiros e sabores provocaram diretamente em mim, e neste trabalho. As inspirações cotidianas vinham no caminhar da minha residência até a universidade. A cada quadra, o caminho era delineado por um universo de histórias. Durante essa trajetória, sempre observava as casas conjugadas, os traços seculares das fachadas e de influência inglesa, e o encantamento que sentia quando via, quase que raramente, alguma janela ou porta aberta. O olho curioso saltava, em uma tentativa ansiosa de apreciá-las internamente. As casas eram estreitas, mas ao se abrir uma porta, se conhecia um verdadeiro espetáculo de beleza. Era como

revisitar o passado. Entretanto, esta sensação não cabia somente às residências, mas também aos vários prédios históricos que desenhavam a cidade. Montevidéu é um verdadeiro museu a céu aberto.

Ao sair da universidade caminhava pela longa avenida *18 de Julio* - que recepcionava aos domingos senhores e senhoras que dançavam tango, até chegar a *Ciudad Vieja*. Essencialmente histórica, essa parte da cidade, me remetia a magia da conexão entre o passado e o presente, quando me deparava com *la Puerta de La Ciudadela*, um monumento espanhol do século XVIII. Ali depusitei meu amor pela cidade e por sua atmosfera. Ao passar pelo portal, sempre escolhia uma cafeteria, abria um livro, o computador, e escrevia. As palavras saltavam à medida que cada pedacinho do lugar, de alguma forma passava pelo meu corpo, depois pelos dedos e saía pelas teclas do computador, e se conformavam em textos. Acredito que isso fez com que eu também tivesse o desejo de escrever esta tese com um tom mais poético, deixando para trás a dureza da escrita científica. A *rambla*, paralela à avenida *18 de julio*, também foi cenário e contexto dos meus escritos. Na tranquilidade da tarde, na turva calma das águas do *Río de La Plata*, sob a sombra de uma árvore brotava um pensamento, uma ideia. Esses pensamentos, se incorporaram às primeiras ideias surgidas no Brasil, e necessitavam seguir um roteiro que desse conta do debate que pretendia aqui.

A minha experiência no Uruguai integra minha trajetória no doutorado e na minha vida acadêmica, e por isso, convenci-me que o “fazer ciência” está intimamente ligado à nossa trajetória de vida. Este trabalho traduz a fusão delas. De tal modo, essas experiências me encaminham para escolher como objeto de estudo o intercâmbio entre agricultura familiar e o sistema de trocas nos novos circuitos de comercialização de alimentos, tendo como *locus* de pesquisa uma feira agroecológica, na cidade do Recife. Desse modo, a discussão aqui tratada aproxima-se da linha de pesquisa “Processos Sociais Rurais e Novas Tendências na Agricultura”, na medida em que permite uma reflexão sobre o meio rural, este compreendido como um lugar em reconstrução, e sobre o agricultor familiar, aqui situado enquanto o principal ator do mundo rural (WANDERLEY, 2002).

1.1.1 Como cheguei até aqui? Justificando a pesquisa

As questões que direcionaram a este estudo, se deram no início do meu doutoramento no Programa de Pós-Graduação em Sociologia (PPGS), na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Durante aquele período, as ideias foram maturadas após cursadas as disciplinas de

“Sociologia da Agricultura”, “Estudos Dirigidos (sobre campesinato) e “Sociologia da Dádiva”. O contato com os conteúdos abordados provocou uma maior aproximação das discussões sobre as transformações do mundo rural, assim como a compreensão da agricultura familiar e seu modo de vida, principalmente no Nordeste brasileiro.

Foram nessas oportunidades que conheci a obra “Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade” (2009), elaborada pelo sociólogo Eric Sabourin. Nela, observei os estudos sobre o contexto rural brasileiro, e suas mediações políticas e econômicas. Na perspectiva do autor, o campesinato brasileiro apresenta características fortes de resistência, de reprodução, e a confirmação da existência desta enquanto categoria política, social e sociológica (SABOURIN, 2009).

Ao olhar novos elementos em relação ao desenvolvimento sustentável e à gestão e compartilhamento dos recursos de base comum (manejo coletivo de recursos naturais e a redistribuição de fatores de reprodução mediante as formas de ajuda mútua), o autor considera as relações de reciprocidade entre os camponeses, como chave para a manutenção do mercado e da produção agrícola das famílias camponesas associada as regras de acesso e compartilhamento destes recursos.

Em outro momento, revisei os aspectos da dádiva no interior da teoria sociológica. A teoria da reciprocidade, neste sentido, me fez entender as práticas de doação, recepção, distribuição, entre indivíduos e grupos sociais, assim como a circulação de bens na constituição de contratos sociais. Estes aspectos seriam primordiais para reforçarem o entendimento das transformações das sociedades camponesas, associada à lógica clássica da troca mercantil, a partir da lógica da reciprocidade.

Essas discussões, foram elementares para o nosso interesse de pesquisa. Elas nos forneceram instrumentos teóricos relevantes para estudar e compreender sobre os “mercados de troca e de reciprocidade”, que direcionaram aos temas dos circuitos curtos de alimentos na lógica da reciprocidade e da troca mercantil no seio do debate da agricultura familiar no Brasil.

Mas, afinal, o que motivou este estudo? O motivo se deu após um olhar atento a um contexto recente que se passava nas feiras agroecológicas no Brasil: a venda de produtos convencionais como produtos de qualidade orgânica. Esse cenário teve forte apoio da mídia, ao colocar a situação como “feirantes vendem produtos com agrotóxico como orgânicos”. Este fato nos impulsionou a pensar sociologicamente, ou seja, olhando de forma mais ampla, cultivando a imaginação. Convém enfatizar o pensamento de Giddens (2005), de que aprender

a pensar sociologicamente é assumir uma visão mais ampla sobre porque *somos como somos* e por que *agimos como agimos*. Por este caminho, junto as descobertas teóricas, a percepção que tive do ocorrido, provocou uma reflexão mais abrangente sobre o sistema de trocas da Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF), envolvendo os produtores-feirantes e consumidores. Com o apoio das leituras que tinha realizado, questioneei: a relação de confiança constituída a partir da criação de vínculo social entre esses atores foi abalada? Está interrogativa me levou a primeira visita à FACF.

Fomos conferir a FACF. Chegando lá, percebi uma grande quantidade de carro e ônibus estacionados. Visto que a FACF está localizada em uma praça em área urbana, e por ser uma área residencial, recebe muitos consumidores de outros bairros, provocando uma aglutinação de carros. Os ônibus transportam até a feira os produtores-feirantes que residem em municípios do agreste de Pernambuco, assim como, os vários caixotes com a produção a ser vendida na feira. Vizinha a feira, é possível ver uma “feira paralela” a feira de orgânicos, o que provocava certa confusão dos limites de cada uma. Caminhei, e me posicionei por trás das bancas do produtores-feirantes entre os caixotes com legumes e verduras. As bancas ocupam a faixa principal da praça de Casa Forte. Daquele ponto pude observar o fluxo de pessoas realizando suas compras. O “clima” parecia amistoso: produtores-feirantes e consumidores se cumprimentavam e conversavam, enquanto escolhiam legumes, verduras, frutas etc.: *Jana, com você está? Você separou meus produtos?* Os “fregueses certos” eram os consumidores que já se direcionavam para as bancas e chamavam o produtor pelo nome. Nesta ocasião, enquanto circulava na feira, fui surpreendida pelo chamado de um consumidor, que afirmava *que a feira já não era mais organizada*. Em seu discurso dizia que a “Prefeitura do Recife” não organizava mais a limpeza ao redor da feira, nem o estacionamento, assim como não tinha mais o controle do que era vendido ali.

Em uma segunda visita a feira, ao conversar com alguns feirantes, encontro com aquele que seria minha semente no processo da pesquisa exploratória. A fim de saber com mais profundidade sobre a dinâmica da feira, pergunto-lhe o que vendia e como era sua relação com seus clientes, e se havia um acompanhamento por parte de algumas instituições. Ele respondeu dizendo que a feira era muito tranquila, e que sua relação com os consumidores era “ótima”. Sobre a fiscalização, respondeu que acontecia um acompanhamento esporádico do MAPA e da ADAGRO em termos do controle da qualidade da produção e do produto orgânico, mas que muito do funcionamento da feira dependia deles.

Após essas primeiras incursões, a feira nos mostrou, ser um espaço social resultante de uma construção social, que ganha relevância nas possibilidades de valorização dos produtos, nas relações muitas vezes personalizadas voltada também para a distribuição e o consumo de alimentos diferenciados e saudáveis. Neste âmbito, uma ênfase recai sobre a importância das relações de proximidade e reciprocidade, pois as relações entre os atores sociais participantes não se transformam apenas quando ocorrem mudanças estritamente relacionadas a aspecto rigorosamente econômicos (alterações de preços, oferta ou demanda de produtos), mas também quando a confiabilidade é afetada. Exemplo disso são as ameaças aos vínculos resultantes da venda de produtos convencionais em feiras agroecológicas. Dado que a confiabilidade emerge como ponto central na sobrevivência e manutenção de um *sistema de reciprocidades* das feiras agroecológicas, faz-se importante aprofundar as implicações na dinâmica destas feiras.

É, portanto, dentro deste cenário que emerge a **questão central** que norteia esta investigação: como se dá o processo de construção da troca recíproca, entre produtores-feirantes de produtos orgânicos e consumidores no espaço da FACF? Assim, a partir desse questionamento, constitui como **objetivo central** desse trabalho: estudar a formação e reprodução de um *espaço de reciprocidade* (sistema de trocas) envolvendo produtores - feirantes e consumidores na Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF), na cidade do Recife, no Estado de Pernambuco. Para isto tomou-se como referência a Feira Agroecológica de Casa Forte. Portanto, os **objetivos específicos** são: **a)** caracterizar a Feira Agroecológica de Casa Forte; **b)** analisar os processos de formação de pacto de confiança entre produtores e consumidores; **c)** investigar a Organização de Controle Social (OCS) como estratégia de confiabilidade no sistema de trocas; e **d)** analisar a presença de associações dos agricultores, assentamentos participantes, as ONGs e instituições governamentais nas mediações desses conflitos, negociação e pactos. Para isso, entendemos que os estudos sobre os processos de construção da confiança entre produtores-feirantes e consumidores ganham particular importância para a compreensão de uma nova forma de relação de reciprocidade presente nas feiras agroecológicas, enquanto espaços alternativos de comercialização. Trata-se de espaços que requerem grande esforço analítico do seu funcionamento e estruturação, considerando os aspectos objetivos e subjetivos que concorrem para a compreensão desse fenômeno.

Diante de tais objetivos, construímos uma **hipótese geral** de que o sistema de trocas econômicas na FACF é sobreposto por práticas de reciprocidade, uma vez que, o elemento *valor*

- *confiança* é fundamental para legitimar a presença física dos atores sociais dentro do espaço. Tal hipótese repousa no contexto do grande contingente de agricultores absorvidos nas feiras agroecológicas, consideradas uma inovação implementada pela agricultura familiar em Pernambuco, que tem atraído a atenção dos pesquisadores (ARAÚJO, 2015).

1.1.2 As inspirações teórico-metodológicas

A partir do que foi exposto, as referências bibliográficas, que irá compor o nosso quadro teórico, perpassarão toda a pesquisa, uma vez que é imprescindível para a fundamentação crítica do campo de estudo e revisão constante do trabalho. Desse modo, a elaboração do marco teórico desta pesquisa transita em torno dos temas da agricultura familiar, agroecologia, produção orgânica, sobre os circuitos curtos de alimentos e consumo e reciprocidade.

1.2 BRASIL EM CENA COM CORTINA DE FUMAÇA: SOBRE AGRICULTURA FAMILIAR, AGROECOLOGIA E NOVOS CIRCUITOS DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

São Paulo. Segunda-feira. 19 de agosto de 2019. 15 horas. Já era noite na maior metrópole brasileira. Os 3.000 km¹ foi o caminho percorrido pelas cinzas através de uma frente fria, em consonância a um corredor de fumaça que causou um dos maiores alarmantes ecológicos já visto na região amazônica², no Paraguai e na Bolívia. A propagação social e a importância deste fato, me induziram a começar esta introdução, mesmo em meio a tantas referências teóricas e acontecimentos históricos e sociológicos que poderiam dar o suporte necessário para problematizar a questão da agricultura e dos alimentos.

A região que concentra a maior floresta tropical do mundo está passando por uma crise decorrente das diversas queimadas que estão destruindo a mata (CARTA CAPITAL, 2019). Em todas as redes sociais, em todos os jornais do mundo (figura 1.), o assunto ocupava o primeiro lugar nos *trending topics*: *#PrayforAmazonas*.

¹ Distância de São Paulo em relação aos estados nortistas.

² Segundo os números mais recentes, 79.513 incêndios florestais foram registrados no Brasil desde o início do ano, com pouco mais da metade na Amazônia.

Figura 1. Capas de jornais do mundo noticiando os incêndios na Amazônia e os protestos (AGOSTO, 2019).



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA, 2019.

Fato novo? Seguramente este não é um fato novo, e que tampouco aconteceu por um fenômeno natural. De janeiro a agosto de 2019, as queimadas na região da Amazônia brasileira dobraram em relação ao mesmo período do ano passado. Dados do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe)³, demonstram que mais de 53 mil focos foram registrados no Norte do país em relação ao mesmo período do ano passado. Em 2018, esse número foi de 26,5 mil.

O número de focos de calor registrados na Amazônia já é 60% mais alto do que o registrado nos três anos anteriores. O pico tem relação com o desmatamento, e não com uma seca mais forte como poderia se supor, segundo nota técnica sobre a atual temporada de queimadas que o IPAM Instituto de Pesquisas Ambientais da Amazônia (IPAM, 2019).

Mais grave ainda, é o atual Presidente da República Jair Bolsonaro e o até então ministro do Meio Ambiente, Ricardo Sales⁴, relativizarem a seriedade do fato, ao mesmo tempo que fragilizam o controle ambiental e terceirizam a culpabilidade às ONG's. Enquanto isso, povos indígenas, sociedade civil e líderes mundiais, a exemplo do Papa Francisco e o atual presidente

³ De 1º de janeiro a 14 de agosto, 32.728 focos foram registrados pelo Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) no bioma.

⁴ O ministro é responsável pela destruição da Amazônia e das reservas naturais do Brasil. Em maio deste ano ele cortou 5,4 milhões do Órgão de combate e prevenção a incêndios (PrevFogo, 2019). Os órgãos de fiscalização como Ibama e ICMBio estão sendo desmantelados, o Conama – Conselho Nacional do Meio Ambiente desarticulado e os povos indígenas, reconhecidos como guardiões das florestas, estão sofrendo com ataques e invasões a seus territórios.

da França Emmanuel Macron, pedem “salvem a Amazônia”. No dia 26 de agosto de 2019, em Biarritz (França), Macron participava da cúpula do G7 para desbloquear ajuda emergencial de 91 milhões para a Amazônia. O presidente francês em entrevista, afirmou:

Eu respeito cada líder eleito pelo seu país, porque respeito todos os povos e países. E penso que isso é muito importante. Agora, tenho de admitir que houve provavelmente três mal-entendidos com o presidente Bolsonaro. Quando o encontrei pela primeira vez, disse com a mão no coração: ‘farei tudo pelo reflorestamento e pelo cumprimento do Acordo de Paris para possibilitar a assinatura do (acordo) com o Mercosul’. Quinze dias depois, ele fazia o contrário, demitindo cientistas. Pode-se dizer que ele não me disse a verdade. [...]

O discurso de Macron revela não somente a falta de postura e compromisso do presidente brasileiro, aponta para o maior desmonte das políticas ambientais da história do Brasil, e uma crise global devido ao descaso e a destruição das nossas reservas ambientais. Neste contexto, em meio aos incêndios provocados pelos ruralistas⁵ que estão devastando a floresta, a política ambiental em nosso país segue rumos desastrosos. Ao mesmo tempo, o presidente brasileiro tenta criar uma “cortina de fumaça diante de sua ociosidade”, em relação ao meio ambiente.

Nos primeiros 7 meses do governo bolsonarista, assistimos de camarote, as medidas que revelam descaso, omissão e irresponsabilidade do governo, no que seria sua obrigação: cumprir o Artº 225 da Constituição Brasileira, que impõe: “Todos têm direito ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se ao poder público e à coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações. Elencamos algumas dessas medidas (PORTAL G1, 2019)⁶: a) menos fiscalização; b) enfraquecimento do Ministério do Meio Ambiente; c) fim das reservas legais; d) afastamento do fiscal que multou Jair Bolsonaro; e) Presidente do ICMBio se demite depois de ameaça do Ministério do Meio Ambiente, Ricardo Salles; f) Salles nomeia policiais de São Paulo em lugar de especialistas em biodiversidade; g) desmantelamento da Política Climática; h) Fundo da Amazônia pode desaparecer; i) menos verde como o novo como o novo Código Florestal; j) Tribunal de Contas da União passa a investigar a política ambiental do

⁵ Para saber mais: <https://canalrural.uol.com.br/radar/alceu-moreira-quem-permite-desmatamento-ilegal-nao-e-produtor-e-criminoso/>

⁶ Nossa lista foi inspirada na reportagem do jornal G1, escrita por André Trigueiro, jornalista e especialista em Gestão Ambiental, e pode (deve) ser consultada em <https://g1.globo.com/natureza/blog/andre-trigueiro/post/2019/06/03/15-pontos-para-entender-os-rumos-da-desastrosa-politica-ambiental-no-governo-bolsonaro.ghtml>.

governo; l) mais veneno; m) sem participação social; e finalmente, n) Ibama anuncia onde os fiscais vão reprimir os crimes ambientais. Quase um alfabeto inteiro para evidenciar o desmantelamento ambiental por qual passamos.

E qual o impacto desse contexto para os estudos sobre agricultura e produção de alimentos? Assistir ao desmonte das proteções ambientais do país, nos encaminha as reais preocupações de debater sobre “mais veneno na nossa mesa” com a liberação de 239 agrotóxicos (incluindo ao menos 14 substâncias proibidas em muitos países por serem cancerígenas), somado ao encerramento da Secretaria de Mudanças do Clima e Florestas; com a negação do aquecimento global, com a ameaça da saída do Acordo de Paris; com o avanço da liberação do plantio de transgênicos e da mineração em terras indígenas⁷; e com a crise alimentar que volta a bater à nossa porta.

Em face dessas discussões em curso, Nierdele e Marques (2016, p. 275) nos apontam para “*qualificar* a contribuição da agricultura familiar, sobre os desafios da produção agroecológica dos alimentos”. Em outras palavras, os autores reportam para a(s) crise(s) que envolvem vários setores da vida social e ambiental, destacando, a crise alimentar (NIERDELE; MARQUES, 2016).

1.2.1 O paradigma da modernização agrícola: o modelo da agricultura familiar no Brasil e no Nordeste

O paradigma da modernização da agricultura que por muito tempo dominou a teoria, as práticas, e as políticas como principal método para elevar a renda e o desenvolvimento das comunidades rurais, vem sendo substituído por um novo paradigma, o do desenvolvimento rural.

Conhecida como a primeira modernidade, a modernização da agricultura teve como objetivo principal assegurar a autossuficiência em produtos agrícolas, especialmente em produtos alimentares (WANDERLEY, 2009). Foi a fase em que as consequências dos usos dos pacotes verdes (defensivos agrícolas), poluição a erosão, dependência de insumos externos, uso exagerado da água produziram não somente esses efeitos, como também uma visão mecanicista e reducionista aos sistemas naturais e especialmente à agricultura. Ela, dentro da lógica

⁷ Ruralistas pressionam para votar PEC que libera terras indígenas ao agronegócio (pec 187 pretende alterar CF para permitir exploração de terras indígenas).

mercantilista, ao privilegiar os produtores mais capitalizados, vinculados às grandes *commodities* voltadas à exportação, deixou em segundo plano a agricultura familiar. Sobre isso, Wanderley (1996, p. 8) afirma que a trajetória do campesinato brasileiro reflete o processo de desenvolvimento socioeconômico do Brasil, moldado pela conformação da agricultura na lógica e nas exigências da economia colonial exportadora e da grande propriedade. Neste caminho, particularizando o Nordeste brasileiro, Sabourin (2009) chama a atenção para o aspecto profundamente colonial que se soma à modernização conservadora da região. Esse autor cita como exemplo a implantação de políticas de modernização pautadas na criação de infraestruturas, cuja principal expressão se deu com a criação da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE), no ano de 1959. A SUDENE, como ressalta, SABOURIN (2009, p. 40) tinha como intuito promover a industrialização, por meio de uma política fiscal de modernização do setor agrícola e de transformação dos latifúndios e pequenas unidades de produção camponesas em empreendimentos rurais.

Um dos elementos mais importantes para a legitimação ideológica da modernização da agricultura no Brasil de acordo com Wanderley (2009, p. 10), “consistia na afirmação de que, para ser moderno, seria necessário ser grande, a escala se transformando em uma das exigências do desenvolvimento”. Para essa autora, tal perspectiva apontava para duas dimensões deste caráter conservador da modernização: por um lado se tentava reconhecer nas propriedades de grandes extensões uma capacidade, por vezes forçada, para responder satisfatoriamente às transformações tecnológicas que estavam acontecendo; por outro lado, tentava-se justificar a exclusão dos agricultores que operavam em pequena escala, e lhes eram oferecidos fixação no campo, melhoria de renda, acesso a certos bens, mas nunca a parceria no progresso da agricultura (WANDERLEY, 2009).

Neste sentido, há que se reconhecerem os efeitos da expansão do capitalismo sobre o campo, provocada pela generalização da sua lógica do processo de trabalho e da produção intensificados pelos mecanismos da globalização mercantil, nas últimas décadas. Mas era precipitado concluir que tal processo resultaria na dissolução do agrário, e na tendência à transformação uniformizadora das condições de vida no campo (CARNEIRO, 1998). Sobretudo quando consideramos que, a partir dos 1980, os próprios limites do modelo produtivista no campo, principalmente nos países capitalistas avançados, geraram formas

alternativas de reprodução social no campo, reconsiderando a relação entre tradições culturais e o processo de modernização na agricultura (CARNEIRO, 1998).

Em inúmeros países, assim como no Brasil esta tendência, a recombinar formas econômicas alternativas, se verificou com o movimento agroecológico que surge no contexto dessa modernização intensiva nas décadas de 1960 e 1970 (BRANDENBURG et al, 2013).

A partir dos anos 1960 começaram os questionamentos do modelo de pesquisa e desenvolvimento de tecnologias, principalmente com base nos seus efeitos colaterais, com fortes críticas à unilateralidade do conhecimento e aplicação deste (AQUINO et al., 2005). Como forma de superação a esta situação, surgiram diversas abordagens entre pesquisadores de diferentes disciplinas, do qual, dentre elas, apontavam para o novo paradigma. Este apresentava um novo modelo para o setor agrícola com novos objetivos, como a produção de bens públicos (paisagem), a busca de sinergias com os ecossistemas locais, a valorização das economias de escopo em detrimento das economias de escala e a pluriatividade das famílias rurais (PLOEG et al, 2000; KAGEYAMA, 2004). Aliado a este novo paradigma, o desenvolvimento rural cria novas formas de reprodução, de produtos e serviços, associados a novos mercados, o que representa uma contraposição ao modelo da modernização.

Neste intuito, de acordo com Ploeg (et al, 2000), as novas práticas dessa agricultura multinível, multifacetada, com multiatores, aponta uma maior atenção com a administração da paisagem, para a conservação da natureza, para o turismo rural, a agricultura orgânica, com a produção de especialidades regionais, vendas diretas, etc. Este novo processo de desenvolvimento assume novos papéis e estabelece novas relações sociais com outras empresas e com os setores urbano. Sobre esta perspectiva, os chamados *circuitos curtos* possibilitam relações mais diretas entre consumidores urbanos e produtores e apontam para novas perspectivas no Brasil⁸.

⁸ Nas principais capitais do Brasil, a maioria dos consumidores de produtos orgânicos (72%) ainda compram em supermercados, mas boa parte já complementa suas compras em pequenos varejos: 42% recorrem a lojas especializadas e 35% a feiras do produtor (KLUTH et al., 2011). Já existem sinais de crescimento da comercialização em circuitos curtos no Brasil. Uma pesquisa realizada em 2012 pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec) identificou 140 feiras ecológicas certificadas em 22 das 27 capitais brasileiras. O estudo aponta que onde a agricultura familiar está presente as vendas diretas são mais pronunciadas. A mesma pesquisa mostra ainda que os consumidores comprariam mais alimentos ecológicos se houvesse um maior número de feiras próximas às suas residências.

1.2.2 O interesse por alimentos saudáveis e mercados socialmente construídos

O fortalecimento da globalização no que diz respeito à produção e distribuição de alimentos apresenta consequências em diversas formas. Como exemplos, podemos citar o aumento dos preços dos alimentos, as questões sobre soberania e a segurança alimentar, a sanidade e a qualidade nutricional dos produtos⁹, o consumo, a sociobiodiversidade, a sobrevivência e a autonomia dos agricultores familiares e suas práticas, costumes e saberes tradicionais (NIERDELE, 2013; McMICHAEL, 2016). Simultaneamente a esse panorama de crise alimentar, questões para além da quantidade e qualidade adequadas dos alimentos, assim como das suas formas de distribuição e de apropriação, tem levado diferentes grupos sociais a promoverem mudanças e estratégias relevantes nos sistemas de produção e consumo alimentar. Uma das mudanças mais evidentes diz respeito ao constante crescimento das agriculturas de base ecológica, envolvendo um conjunto de formas de produção que se estruturam na agroecologia. A base agroecologia, nesse sentido, (re)surge com um paradigma em oposição a agricultura industrial, do qual possibilita incorporar e integrar não apenas questões ambientais, mas sobretudo questões humanas.

É importante compreender que este contexto vem se traduzindo em uma preocupação crescente por parte dos consumidores, devido aos problemas relacionados com a sanidade e segurança alimentar, embora o antigo modelo de produção, distribuição e comercialização de massa ainda esteja presente e dominante, como sublinham alguns autores como Ploeg (2008) e Raupp (2010). Sobre esta questão, Raupp (2010) chama a atenção para o fato de que, na atualidade, existem dois modelos principais no âmbito dos novos debates sobre o regime alimentar relacionados com a agricultura. O primeiro trata de um processo fortemente centralizado de industrialização e de produção e consumo que expressa a lógica da economia de mercado dominante a nível global. Tal lógica mercantil voltada prioritariamente para a busca de lucros crescentes incorpora a expansão dos organismos geneticamente modificados, introduzindo pressões sobre os sistemas locais que não estejam vinculados a esta lógica mercantil, mas a outras fundadas na agricultura familiar. O segundo modelo representa um contraponto aos efeitos homogeneizantes do primeiro modelo. Do mesmo modo está centrado

⁹ Ressaltamos que a segurança alimentar e nutricional está longe de ser uma questão associada exclusivamente à capacidade de incrementar a produtividade agropecuária e a sanidade dos produtos (NIERDELE E MARQUES, 2016, p. 275).

nas novas formas de produção fundada em iniciativas alimentares alternativas, na segurança alimentar comunitária, nas formas de agricultura cívica e democrática, e com a produção agroecológica e orgânica. Raupp (2010:2) afirma que este segundo modelo “consiste na construção e reprodução de circuitos curtos e descentralizados, que ligam a produção, a agricultura e a sociedade em geral, mais especificadamente, a produção e o consumo” (RAUPP, 2010:2).

Dito isso, com base na possibilidade de ações autônomas e personalizadas os mercados agroalimentares requerem um novo olhar de “construção dos mercados sociais” adequados à realidade dos agentes econômicos de pequena produção (SABOURIN, 2009; 2011; RADOMSKY, 2009; 2012; NIERDELE, 2013; MALUF, 2004). Ao se considerarem os mercados como resultados de construção social, ganha relevância elementos como os processos que levam à construção do próprio valor dos produtos. As relações são muitas vezes personalizadas e existe a instituição de formas associativas unindo produtores e demais envolvidos na produção e distribuição dos respectivos produtos (MALUF, 2004:305). Assim sendo, as ações desenvolvidas pela agricultura familiar pautadas nos mercados de qualidade passaram a ser analisadas a partir da localidade e da relação pessoal entre compradores e vendedores. A percepção destes mercados particularistas baseados em nichos ou especificidades é de que eles são como construções realizadas através de relações socioculturais particulares.

Para Nierdele (2009), tais construções estão associadas com a localidade, tradição, origem, natureza ou modo de produção, com os consumidores e suas novas formas de consumo. Tal igual, de acordo com Ploeg (et al, 2000), as novas práticas dessa agricultura apontam uma maior atenção com a administração da paisagem, com a conservação da natureza, com o turismo rural, a agricultura orgânica, com a produção de especialidades regionais, vendas diretas etc. Este novo processo de desenvolvimento assume novos papéis e estabelece novas relações sociais com outras empresas e com os setores urbano. Sob esta perspectiva, os chamados *circuitos curtos de alimentos* possibilitam relações mais diretas entre consumidores urbanos e produtores e apontam para novas perspectivas de economias localizadas no Brasil.

A partir do final dos anos 1990 passaram a ganhar relevância as chamadas feiras agroecológicas (circuitos curtos de proximidade), nas quais são comercializados produtos que indicariam uma nova forma de produção rural dos alimentos, e de desenvolvimento rural

(ARAÚJO et al, 2015). Estes mercados representam uma tentativa de construção de arranjos sociais e econômicos alternativos para a produção em bases agroecológicas, nos direitos dos produtos e consumidores de alimentos sobre qualidade e variedade (NIERDELE & ALMEIDA, 2013). A partir desse contexto, já existem sinais de crescimento da comercialização em circuitos curtos no Brasil. Nas principais capitais do país, a maioria dos consumidores de produtos orgânicos (72%) ainda compram em supermercados, mas boa parte já complementa suas compras em pequenos varejos: 42% recorrem a lojas especializadas e 35% a feiras do produtor (KLUTH et al., 2011).

As feiras agroecológicas se constituem também como uma possibilidade de construção da qualidade dos alimentos, pautada na produção de produtos orgânicos, revelando também a geração de relações de reciprocidade e sentidos partilhados. Esses elementos compõem orientação teórica deste trabalho, visto que envolve não somente a produção de bens materiais, mas também a produção de sentimentos e valores humanos.

1.2.3 A contribuição da teoria da reciprocidade para os mercados de proximidade

Nosso interesse aos estudos dos circuitos curtos de alimentos, justifica-se porque neles podemos observar dois elementos que servem como base para nossas análises: a troca e a reciprocidade. Essa realidade dualística pode ser observada no espaço das feiras agroecológicas.

Os mercados de proximidade, por se caracterizarem como espaços que ocorrem relações de trocas interpessoais, podem mobilizar relações de interconhecimento e reciprocidade (SCHNEIDER, 2016). Nesses espaços são valorizados aspectos humanos, reciprocidade, bem comum, amizade e qualidade do bem que é trocado, mais do que as trocas monetizadas. Com efeito, alguns autores (GAIGER, 2016); (SABOURIN, 2009; 2011); (MARTINS, 2019); (CAILLÉ, 2001); (TEMPLE, 2003) ressaltam a importância para a construção do debate em torno das formas alternativas mais humanas, “naquilo que os homens possuem de melhor e de menos mal distribuídos: os valores humanos e valores essenciais e fundadores da humanidade (SABOURIN, 2009, p. 293). A mobilização desses valores não é dada cultural ou socialmente, são edificados e reportados pelos vínculos humanos, constituídas por estruturas de reciprocidade (que conheceremos no capítulo 3).

A proximidade revela uma nova forma de comercialização que, segundo Sabourin (2011) reforça a noção de autonomia na medida em que os camponeses ou suas organizações

implementam uma articulação entre práticas de reciprocidade e práticas de troca, conferindo, ao mesmo tempo, uma maior participação de consumidores e produtores na definição dos modos de produção, troca e consumo. A reciprocidade, como se verá com mais profundidade na parte teórica deste trabalho, implica a presença de uma equivalência entre produtor e consumidor fundada na confiança recíproca. Assim como as vendas diretas, as novas formas de desenvolver produtos inovadores na agricultura familiar indicam um novo movimento, onde as convenções de qualidade enraizadas na confiança, tradição, respeito, autenticidade e lugar de procedência apoiam produtos e formas de organizações econômicas diferenciadas, localizadas e ecológicas (FERRARI, 2011). Isto é totalmente diferente da lógica mercantil dominante em que os produtores buscam seduzir os consumidores sem preocupação de uma maior aproximação entre as partes. Por fim, SCHNEIDER (2016, p. 123) conclui: são mercados socialmente construídos, em que as trocas materiais estão imersas em relações sociais de reciprocidade, que funcionam também como dispositivos de controle e regulação.

Uma vez formulado o problema de estudo, objetivos e a questão de pesquisa, a hipótese, e o enfoque teórico-metodológico, seguiremos portanto, em quatro etapas: (1) (2) Observação exploratória para compreensão das dinâmicas e relações locais; (3) Recolhimento de dados por meio das entrevistas semiestruturadas com os produtores, consumidores e instituições; e (4) Organização dos dados para análise; (4) análise documental, ou seja, levantamentos de dados em acervos nas instituições pesquisadas, além de referências disponibilizadas em diversos meios e também alguns recursos técnicos, como o gravador, a máquina fotográfica e câmera filmadora, para registro de situações que pareceram significativas para a pesquisa.

1.3 ASPECTOS METODOLÓGICOS: O PROCESSO DE INVESTIGAÇÃO

1.3.1 Tracejando o caminho: elementos técnicos da pesquisa

Em *Parceiros do Rio Bonito* (2001, p. 23-24), Antonio Candido diz que “o interesse pelos casos individuais, pelos detalhes significativos, constitui elemento fundamental, elaborado na certeza que o senso do qualitativo é condição de eficácia nas disciplinas sociais, e que a decisão interior do sociólogo deve ser desenvolvida pela meditação e o contato com a realidade viva dos grupos, buscando sua riqueza e singularidade”. Esse senso do qualitativo sugerido por esse autor, também guiará os propósitos dessa pesquisa sobre o processo de construção/desconstrução/reconstrução em torno dos sistemas de relacionamentos baseados em

interesses ou ações espontâneas que despertam a confiança mútua entre produtores e consumidores, no âmbito das feiras agroecológicas. O que implica em considerar que o cotidiano das feiras agroecológicas é concebido como algo múltiplo e singular, compondo a riqueza e o balé da vida cotidiana que se afasta de um padrão que define os objetos sociais como algo pronto e inacabado.

A simbiose do referencial teórico com as nossas imersões exploratórias e entrevistas, foram importantes para buscar compreender os pontos particulares da Feira Agroecológica de Casa Forte. Neste sentido, a metodologia aqui aplicada se aproxima do que Martins (2004) concebe como um exercício da intuição e da imaginação do sociólogo, num tipo de trabalho artesanal, visto não só como condição para o aprofundamento da análise, mas também, para a liberdade do intelectual. A metodologia, portanto, será compreendida como o caminho do pensamento, e como prática exercida na abordagem da realidade, procurando englobar a teoria, o método, as técnicas, e a criatividade do pesquisador, sua experiência e sensibilidade (MINAYO, 2012).

No que se refere aos caminhos metodológicos, neste trabalho privilegiou-se uma **abordagem qualitativa**, que contribuiu para tratar as unidades sociais investigadas aqui. Eles possibilitaram descrever o evento da Feira Agroecológica de Casa Forte, assim como as visitas aos sítios dos agricultores familiares e nas entrevistas com os agricultores, consumidores e instituições. Segundo Minayo (2012), a pesquisa qualitativa compreende e responde a questões muito particulares, especialmente nas Ciências Sociais, por se ocupar com o universo dos significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes dos fenômenos sociais. Estes fenômenos humanos são abarcados como parte da realidade social, pois o indivíduo se distingue não só por agir, mas por pensar sobre o que faz e por interpretar suas ações dentro e a partir da realidade vivida e partilhada com seus semelhantes (MINAYO, 2012). No dizer de Richardson (2012), os estudos que empregam uma abordagem qualitativa podem, entre outras coisas, descrever a complexidade de determinado problema, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais e entender as particularidades do comportamento dos indivíduos.

No âmbito da pesquisa qualitativa, o referido estudo ganha particular relevância por permitir o aprofundamento de aspectos particulares de um dado fenômeno e, como observa Ventura (2007), por permitir uma forma de delimitar o universo que será estudado, tornando-

se necessário, assim, dentro de um processo de investigação. Esse autor aponta também, dentre as suas vantagens, a possibilidade de estimular novas descobertas, em função da flexibilidade do seu planejamento; de enfatizar a multiplicidade de dimensões de um problema, focalizando-o como um todo, além de permitir uma análise em profundidade dos processos e das relações entre eles por meio de procedimentos simplificados. Assim, as inquietações enquanto pesquisadora foram surgindo, condicionando a buscar compreender o sistema de trocas na FACF. A presente pesquisa representa uma relevante contribuição na minha área de atuação, na medida em que busco compreender a relevância da feira enquanto um local de constante mobilidade econômica, mas sobretudo humana. Entendemos, neste sentido, a importância sociocultural da feira, uma vez que elas são espaços de interações entre pessoas e ainda preservam a diversidade da nossa cultura e do alimento.

Neste sentido, tem-se constituído neste trabalho sua importância, a qual permite uma aproximação do pesquisador da realidade sobre o qual formulou sua problemática de pesquisa, assim como estabelecer uma interação com os atores que conformam a realidade, construindo dessa forma um conhecimento empírico de grande valia (MINAYO, 2012).

Para o **levantamento de dados** foi necessário o uso da técnica de amostragem *snowball*. Foi possível, através desta técnica, identificar os diversos atores sociais do público estudado (VINUTO, 2014), além de selecionar os entrevistados a partir das indicações realizadas pelos atores sociais que compõem aquele espaço. O desenvolvimento deste tipo de método pode ser realizado a partir do critério de ponto de saturação (VINUTO, 2014). A execução da amostragem em bola de neve na nossa pesquisa de campo, se deu a princípio da seguinte forma: Os primeiros informantes-chaves, os produtores, colaboraram para localizar outros produtores para a pesquisa, dentro da população geral da feira de casa forte. Em seguida, os produtores eleitos indicaram os consumidores para este estudo. Estes consumidores indicaram outros a partir da sua própria rede social. O quadro de amostragem torna-se saturado quando os nomes informados não apresentarem novas informações ao quadro de análise. O levantamento de dados realizado nos permitiu também o reconhecimento da FACF na sua relação com os atores sociais e dos vínculos sociais formados ali. Para isso, procurou-se, por meio de observação, de entrevistas, conhecer e compreender as práticas voltadas para motivar e viabilizar trocas espontâneas que promovem a confiança mútua.

Neste contexto, o levantamento de dados compreende informações de visitas a Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF), ao sítio de produtores-feirantes, as residências dos consumidores; a Superintendência Federal da Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Pernambuco (SFA-PE/MAPA), ao Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá (Centro Sabiá); e a Companhia de Serviços Urbanos do Recife (CSURB), uma autarquia ligada a Secretaria de Mobilidade e Controle Urbano, da Prefeitura do Recife. Foram entrevistados 5 produtores-feirantes; 4 consumidores; 1 representante do MAPA; 1 representante da CSURB; 1 representante do Centro Sabiá, totalizando 12 entrevistas, ao longo de 2 meses de trabalho de campo em 2018. A duração das entrevistas variou entre 1h30m e 2h.

A primeira visita ocorreu em janeiro de 2016 a Feira Agroecológica de Casa Forte. Nesta ocasião realizamos apenas o reconhecimento da feira logo após a “denúncia”. Isto serviu para identificarmos como aconteciam as atividades, e as relações de compra e venda na feira. Após essa experiência, passamos a montar o roteiro de entrevistas.

O retorno ao campo de estudo e a realização das entrevistas se deu nos meses de junho e julho de 2018. Neste período, de 9 de junho a 28 de julho de 2018, além da observação de campo, realizamos entrevistas com três produtores durante o evento da feira, o que por vezes era motivo para pararmos a entrevista, porque o produtor tinha que atender algum consumidor. Os outros dois produtores, foram entrevistados em seus assentamentos, no município de Pombos, no dia 11 de julho de 2018. É relevante destacar, que a visita aos assentamentos nos permitiu ao produtor nos apresentar o processo produtivo orgânico, o manejo com a terra e os recursos utilizados, e a organização dos preparativos para o dia da feira. As entrevistas com os consumidores aconteciam durante a semana, em suas residências, de acordo com a disponibilidade dos entrevistados. Eles eram indicados pelos produtores, e geralmente eram os clientes mais antigos. As informações obtidas nos dias 28 de junho de 2018, 9 e 17 de julho de 2018 com os representantes das instituições já mencionadas, contribuíram para entender a relação das instituições com a feira e seus atores.

Ressaltamos que para um andamento eficaz do processo de investigação, bem como para uma melhor organização dela, sem nos restringir as necessárias mudanças que ocorreram neste processo, nos baseamos nos seguintes instrumentos utilizados para descrever e analisar os dados recolhidos no campo estudado: (1) observação de campo; (2) realização das entrevistas; (3) entrevistas semiestruturadas; e (4) pesquisa documental.

A **Observação de campo** foi realizada da maneira que este foi se compondo, com as descrições das situações observadas através de visitas na FACF, e anotadas em um diário de campo. Santos, Araújo e Bellato (2016) situam a observação como técnica usualmente empregada em pesquisas sociais, que possibilita descrever minuciosamente o lugar, objetos, situações, interações, aproximando o investigador dos contextos e dos indivíduos, sendo cada vez mais relevante para o trabalho de campo. Deste modo, ela nos possibilitou: a) a realização da entrevista semiestruturada com os produtores-feirantes e os consumidores; b) um olhar direcionado para a dinâmica das atividades na FACF; c) a verificar a organização (organização do espaço) da feira; d) o registro de situações que foram significativas para a pesquisa através de vídeos e fotografias.

As **Entrevistas semiestruturadas foram** realizadas a partir de um roteiro, como forma de se obter a orientação do estudo e aquisição de dados para análise, pertinentes à problemática que está sendo investigada e para balizar o presente estudo. Tal modelo de entrevista permite que sejam realizadas, portanto, questões surgidas no próprio processo da pesquisa, valorizando o encontro entre entrevistador e entrevistado, e a própria fala deste último (DALL'AGNOL; TRENCH, 1999). Para dar conta dos grupos eleitos e suas particularidades foram elaborados 3 roteiros de entrevistas. Os roteiros foram elaborados a partir de leituras do nosso quadro teórico-metodológico e de outras pesquisas com a mesma temática da pesquisa exploratória; em conversas informais durante as visitas; e da análise de documentos oficiais.

Após as primeiras perguntas de identificação, gênero, idade, composição familiar, escolaridade, renda e ocupação, as questões focalizaram nos seguintes grupos (1) **produtores-feirantes**: buscamos identificar e compreender a trajetória social dos produtores; sua inserção na produção e no mercado de orgânico; participação em associação; o controle social da produção; relação com outros produtores da feira e os consumidores; (2) **consumidores**: buscamos conhecer o motivo para consumir orgânico; a sua participação no processo de “qualificação” com os produtores-feirantes; conhecimento sobre a Organização de Controle Social; relação com os produtores; e o tempo de feira; (3) **instituições**: compreender como essas organizações se encarregam para fazer cumprir a legislação, a fiscalização da produção e da comercialização de produtos orgânicos vendidos nas feiras agroecológicas do Recife; e identificar como são criados os critérios que definem os mecanismos de controle da Organização de Controle Social (OCS), como estratégia e iniciativa na construção da

credibilidade e confiabilidade entre produtores e consumidores. Essas entrevistas foram realizadas nos meses de junho e julho de 2018. Os quadros 1. e 2 apresentam as características dos entrevistados; e o quadro 3 as informações sobre os entrevistados das instituições.

Quadro 1 – Características dos produtores-feirantes entrevistados

Produtor	Gênero	Idade	Composição familiar (contando com o produtor/a)	Escolaridade	Renda
Produtor 1	Masculino	50 anos	4	2ª série do ensino médio	R\$954,00
Produtor 2	Masculino	50 anos	6	Sem formação escolar	R\$ 1.000,00
Produtor 3	Masculino	48 anos	4	7ª série	R\$1.200,00
Produtor 4	Masculino	46 anos	4	3ª série do ensino fundamental	R\$1.800,00
Produtor 5	Masculino	46 anos	5	2ª série do ensino fundamental	R\$1.000,00

Fonte: PESQUISA DE CAMPO, 2018.

Quadro 2. Características dos consumidores entrevistados

NOME	IDADE	GÊNERO	BAIRRO ONDE VIVE	OCUPAÇÃO	RENDA	Tempo de FAF	PRODUTOS QUE COMPRA NA FEIRA
Consumidora 1	34 anos	feminino	Parnamirim	Artista Plástica	R\$4.000,00	3 anos	rúcula, ou agrião, cebola, coentro, pimentão, tomate, inhame, macaxeira, abobora, abobrinha, berinjela, ovo, rabanete.

Consumidor 2	54 anos	Masculino	Casa Forte	servidor público federal	O entrevistado não informou	15 anos	alface, brócolis, espinafre, rúcula, hortelã, coentro, cebolinho, acelga, limão, batata doce, pimentão, vagem.
Consumidor 3	71 anos	Masculino	Parnamirim	Aposentado	R\$35.000,00	15 anos	mamão, banana, coentro, cebolinho, alface, couve-flor, repolho.
Consumidora 4	72 anos	Feminino	Casa Forte	Aposentada	R\$20.000,00	15 anos	folhas, legumes, batata, inhame, macaxeira, bananas, frutas

Fonte: PESQUISA DE CAMPO, 2018.

Quadro 3. Informações sobre os entrevistados das instituições

NOME	INSTITUIÇÃO	CARGO
Vladimir Oliveira Guimarães	Superintendência Federal da Agricultura, Pecuária e Abastecimento de Pernambuco (SFA- PE/MAPA)	Auditor fiscal federal Executa a fiscalização e acompanhamento da produção orgânica no Estado de Pernambuco
Davi Fantuzzi	Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá (Centro Sabiá)	Assessor para assuntos de comercialização da agricultura familiar
Débora Santana Torres	Companhia de Serviços Urbanos do Recife (CSURB), autarquia ligada a Secretaria de Mobilidade e Controle Urbano, da Prefeitura do Recife.	Fiscalização de feiras localizadas em logradouros públicos

Fonte: PESQUISA DE CAMPO, 2018.

A **realização das entrevistas:** A coleta de dados utilizou como método principal entrevistas semiestruturadas com os atores acima mencionados, uma vez que este recurso se mostrou, já em pesquisa anterior (OLIVEIRA, 2014) a melhor modalidade por sua possibilidade de combinar perguntas abertas e fechadas, e em permitir que se construam informações pertinentes para a compreensão de objeto de pesquisa sem o entrevistado se prender a pergunta. As entrevistas também foram amparadas e norteadas por um roteiro pré-estabelecido. O colhimento dos dados aliado as observações de campo, permitiram criar duas dimensões de análises (capítulo 4): a “dimensão prática” e a “dimensão afetiva”. A *primeira* é composta pelos aspectos de 1) estilo de vida; 2) crença no produto orgânico; 3) determinações legais; a *segunda*, refere-se aos aspectos das ralimentar. Este capítulo ainda analisa a

agroecologia como paradigma científico para um novo metabolismo agrário sustentável, e sua dimensão sociológica, visto que ela é entendida como um processo ao mesmo tempo social e técnico que articula múltiplos atores, mercados, tecnologias, instituições e formas de conhecimento.

1.4 A PARTIR DO NOSSO ESTUDO DE CASO: O PLANO DA OBRA

A tese se divide em cinco capítulos. O primeiro, a seção da introdução, apresentamos a problematização e justificativa da pesquisa, o quadro-teórico metodológico, e o processo de investigação utilizados na pesquisa. Nos capítulos dois e três, procura-se elaborar uma revisão de literatura sobre os temas eleitos na pesquisa, com a intenção de construir um aporte teórico relevante para a etapa seguinte a serem desenvolvidas na sequência da tese. O quinto corresponde às considerações finais do trabalho.

Desse modo, o primeiro capítulo, reservado aos aspectos metodológicos da pesquisa, é apresentada a abordagem de pesquisa eleita para nortear o caminho da investigação. Também nesse capítulo, descrevemos as técnicas de coleta e análise de dados.

Posteriormente, o segundo capítulo é dedicado a estudar a agricultura familiar e a produção agroecológica, no contexto da América Latina, em especial no Uruguai e no Brasil¹⁰. Busca-se apresentar um breve panorama do processo histórico dos períodos dos regimes alimentares e suas transformações, situando este debate na atualidade, no âmbito da soberania alimentar. Este capítulo ainda analisa a agroecologia como paradigma científico para um novo metabolismo agrário sustentável, e sua dimensão sociológica, visto que ela é entendida como um processo ao mesmo tempo social e técnico que articula múltiplos atores, mercados, tecnologias, instituições e formas de conhecimento.

O terceiro capítulo se dedica a estudar as relações *cara a cara* em cadeias curtas de alimentos (CCAs) e a construção do *valor-confiança* nesses espaços, tendo como suporte teórico, a teoria da reciprocidade. Neste sentido, fazemos um passeio desde as ideias utilitaristas, provocando reflexões sobre o “determinismo econômico” como “única” fonte da

¹⁰ Contudo, nossos esforços não recaem em uma pesquisa comparativa, visto que não foi realizada uma pesquisa empírica do objeto de estudo no Uruguai. O esforço se deteve a minha aproximação teórica no período de 6 meses em que estive no país, no doutoramento sanduíche, na temática da agricultura orgânica. Aqui, me detenho a fazer uma reflexão da literatura agroecológica de dois países vizinhos, apontando convergências e divergências desde um ponto de vista crítico.

resolução de problemas e/ou para explicar as relações sociais, perpassando por autores da teoria da reciprocidade, como Marcel Mauss, Dominique Temple e Eric Sabourin que defendem um outro sistema de vida possível, fincados na defesa de valores de solidariedade e no mantimento das relações sociais, e formas não mercantis e não utilitaristas. Falamos também sobre como se dá a construção do critério de qualidade do produto orgânico, e a participação dos consumidores-cidadãos e dos mecanismos de verificação e controle social nesta atmosfera. Finalmente, apresentamos elementos iniciais sobre as feiras livres de venda direta de alimentos no Brasil, no Nordeste, no Estado de Pernambuco e na cidade do Recife.

O quarto capítulo, apresenta a experiência da Feira Agroecológica de Casa Forte, e sua caracterização. Também é apresentada as primeiras considerações sobre a FAF que revelam elementos importantes para nossas análises, a respeito da capacidade que este espaço tem de constituir redes interpessoais, em sua grande maioria afetivas, preferenciais. Neste capítulo, nos dedicamos também a analisar a construção de um *espaço de reciprocidade* na FAF.

O quinto capítulo, de considerações finais, constitui uma síntese dos trabalhos em torno da hipótese inicial quanto um ensaio de prolongamento dos elementos analisados ao longo dos capítulos.

2 A QUESTÃO ALIMENTAR E AGROECOLOGIA: UMA PERSPECTIVA DESDE A AMÉRICA LATINA

Este capítulo é dedicado a estudar a agricultura familiar de produção agroecológica, no contexto da América Latina, em especial no Uruguai e no Brasil - Contudo, nossos esforços não recaem em uma pesquisa comparativa, visto que não foi realizada uma pesquisa empírica do objeto de estudo no Uruguai. Aqui, me detenho a fazer uma reflexão da literatura agroecológica de dois países vizinhos, apontando convergências e divergências desde um ponto de vista crítico. Na sequência, realizamos a discussão sobre os Regimes Alimentares e a Soberania Alimentar. Ademais, a agroecologia como um paradigma científico e sua dimensão sociológica.

2.1 O BRASIL E O URUGUAI COMO PALCO DAS IDEIAS: UMA INTRODUÇÃO AO DEBATE DA AGROECOLOGIA

As primeiras inquietações epistemológicas, teóricas e metodológicas que permitiram a elaboração desta pesquisa são fruto do avanço da reflexão sobre pistas identificadas ainda durante a iniciação científica, no período da graduação em Ciências Sociais, e no mestrado, em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, na Universidade Federal Rural de Pernambuco (UFRPE). Ao longo de sete anos, estudei as dinâmicas e experiências de Cooperativas Agrícolas no Nordeste brasileiro e mercados de qualidade. O caminho teórico-metodológico era traçado em torno da literatura sobre Globalização, mercados de qualidade, selos de certificação, regulamentação, *commodities*, cadeias e reestruturação produtivas. Já exploradas naquelas ocasiões, as leituras levaram-me a questionar as condições de possibilidade de inserção, nas grandes cadeias de mercados alimentícios, e os atores sociais situados no mundo rural, com ênfase no que concernem os agricultores familiares.

Aliada a estas ideias, novas questões e inquietações foram surgindo quando cursei no ano de 2015 as disciplinas de “Sociologia da Agricultura”, ministrada pela Prof^ª Maria Salete Cavalcanti, “Estudos Dirigidos”, ministrada pela Prof^ª Maria de Nazareth Baudel Wanderley e a disciplina “Sociologia da Dádiva”, ministrada pelo Prof^º Paulo Henrique Martins, no curso de doutoramento, no Programa de Pós Graduação em Sociologia (PPGS), na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), no Brasil. Ao apontar questões significativas, as disciplinas supracitadas condicionaram para as pistas iniciais que me conduziram à realização do atual

estudo, e colaboraram, em grande medida, na busca por caminhos mais refinados para a compreensão sociológica e apreensão das transformações recentes e em curso no mundo rural, sobretudo no que concerne a realidade do Nordeste brasileiro. Neste percurso, identifiquei uma convergência interessante entre a literatura da sociologia rural e aquelas situadas no que hoje chamamos de estudos sobre reciprocidade, ao qual estão relacionadas às trocas diretas entre atores sociais. Autores clássicos como Marcel Mauss e Karl Polanyi, e os contemporâneos Dominique Temple, Allain Caillé, Paulo Martins, Eric Sabourin, Sergio Schneider e Paulo Nierdele são alguns dos que inspiram, e em conjunto trazem um olhar das discussões teóricas da difusão de circuitos curtos de alimentos em áreas urbanas, acompanhadas de novas formas de consumo fundamentadas por preocupações cada vez mais declaradas com a qualidade e sanidade dos alimentos orgânicos disponíveis para a população. Isso nos levou a pensar a formação das relações entre agricultores familiares e consumidores na construção do *valor-confiança* no espaço das feiras agroecológicas, tendo como amparo a teoria da reciprocidade.

Nesse sentido, amarramos ao contexto brasileiro a contribuição e ampliação dessas discussões à experiência do doutorado sanduíche, nos anos de 2018 e 2019, na Faculdade de Ciências Sociais, na Universidade da República (UDELAR), em Montevidéu, Uruguai. Nesta experiência, tive a oportunidade de cursar a matéria *La Cuestión Agrária en América Latina* ministrada pelo Prof. Dr. Alberto Riella e a Prof^a Dr^a Paola Mascheroni, que contribuíram exponencialmente para o debate e problematização da questão agrária e o desenvolvimento rural, no contexto da América Latina, desde o século XX até os nossos dias. Nos encontros em sala de aula, com quem dividia as reflexões com os colegas da Venezuela, do Uruguai, da Colômbia, do México, do Brasil, e da Espanha - foi possível estudar de uma perspectiva sociológica, o continente latino-americano e as tensões que ocorrem em seu território rural à luz das transformações do sistema agroalimentar. Veremos adiante, que este contexto incide diretamente em uma forte valorização nos preços dos alimentos e dos recursos naturais, gerando conflitos sociais, econômicos e políticos na maioria dos países da América do Sul. Autores como Ph. McMichael (2009); C. Kay (2001); Padilla (2012); C. Craviotti (2014) auxiliam a compreender como estes processos do capitalismo agrário global, na defesa e garantia dos seus interesses, criaram e criam barreiras para os agricultores familiares e comunidades rurais “não integrados” a sua lógica de funcionamento, e no que tange a manutenção das suas terras e produção dos alimentos.

Na Conferência de Abertura do VIII Congresso ALASRU, no ano de 2010, Nazareth Wanderley em sua fala, questionou sobre: que lugar o rural ocupa na contemporaneidade? Naquele momento, a pesquisadora afirmou que o mundo rural não está isolado, não é autoexplicativo, e, portanto, sua explicação deve ser buscada na forma que ele está inserido historicamente na sociedade em seu conjunto, e da história. dos países latino-americanos (WANDERLEY, 2010). Sua declaração é reforçada com os argumentos de Aníbal Quijano (2006) e Eduardo Subirats (2006), quando este primeiro afirma que a produção histórica da América Latina começa com a destruição de todo o mundo histórico, enquanto o segundo sublinha dizendo que o processo civilizador, representado pelo *marketing* de desenvolvimento, modernização e progresso, gerou grandes deslocamentos populacionais para os centros industriais, milhares de pessoas ficaram na miséria e se coroou com a configuração de socialmente inviáveis, como a cidade do México, São Paulo ou Lima. O grande desafio consiste em compreender estes fenômenos na conjuntura da globalização agroalimentar. No entanto, isso nos leva a considerar também que nas últimas décadas, quatro processos gerais trouxeram consequências definitivas para o mundo rural na América Latina, e que são, de uma alguma maneira, conquistas da sociedade, que afetaram as dinâmicas no mundo rural (WANDERLEY, 2010, pág: 21):

1. “Os avanços da ciência, especialmente nos campos da genética e da ecologia, que respaldaram as críticas políticas às formas de progresso, ditas “produtivistas” que, na verdade, pouco avançaram no sentido do progresso da sociedade”.
2. “A consciência, que se tornou universal, da necessidade de preservação da natureza, como condição da preservação da própria vida humana na Terra, o que se traduz, no nosso caso, pela exigência de conservação dos espaços naturais e de respeito às leis da natureza, nos processos produtivos”.
3. “As conquistas tecnológicas no campo da comunicação humana que desqualificaram para sempre qualquer concepção que isole partes das sociedades de sua dinâmica de conjunto, tanto no plano interno, de cada sociedade nacional, quanto na dimensão da mundialização”.
4. “A ampliação e o aprofundamento do espaço da democracia, que permitiu afirmarem-se as demandas por reconhecimento e pelo direito à cidadania, bem como as expressões organizadas da diversidade social”.

Dito isto, este capítulo se concentrará na discussão em torno da importância do campesinato e da agricultura familiar na produção agroecológica no contexto da América Latina. Entretanto, como iniciar este debate? Antes de tudo, faz-se importante compreender

como se sucedeu os regimes alimentares e as transformações socioeconômicas ocorridas neste contexto.

2.2 OS REGIMES ALIMENTARES E SUAS TRANSFORMAÇÕES: UM CAMINHO À SOBERANIA ALIMENTAR

A derradeira ironia do regime alimentar: a maior parte da fome mundial atinge os trabalhadores envolvidos na produção de alimentos (MCMICHAEL, 2016).

Por que alimentos percorrem milhares de quilômetros do campo ao prato? Por que no último século desapareceu 75% da diversidade agrícola¹¹? Por que há fome em um mundo onde se produz mais comida do que nunca foi produzida antes? Por que somos “viciados” em *fast food*? Este parágrafo introdutório lança questionamentos que instigam inúmeras reflexões sobre o tema. Embora pareça simples, tentar responder a essas questões nos leva a pensar sobre o funcionamento de produção e distribuição dos alimentos, ou mesmo, o problema de acesso a eles. O sistema agrícola e alimentar é muito mais complexo do que um modelo de produção de refeições.

Este tópico qualifica essa abordagem dos alimentos, ao situá-la na problemática da produção e distribuição alimentar, não reduzindo a apenas se “podemos ou não comer?”, “como nós comemos?”, “de que qualidade e origem?”, e “como o alimento foi preparado?”. Por tudo isso, faremos um esforço para que você leitor compreenda que a comida que chega em seu prato (o que, quanto e com qual qualidade) não é exatamente o resultado de sua própria escolha, e tampouco da escolha dos pequenos agricultores. Aqui não será um exercício de provar algo, tampouco não quero incidir neste trabalho uma espécie de cardápio de significados, ou mesmo em uma maçante colcha de retalhos de conceitos. O desígnio aqui é maior. É refletir nesta primeira parte do capítulo sobre como estes projetos alimentares mais amplos submetem a

¹¹ O pesquisador Zakri Abdul Hamid, é presidente da Plataforma Intergovernamental sobre Biodiversidade e Serviços de Ecossistemas (IPBES, na sigla em inglês), na abertura da Reunião Regional da América Latina e Caribe do organismo intergovernamental independente. Criado oficialmente em abril de 2012, o IPBES tem por objetivo organizar o conhecimento sobre a biodiversidade no mundo para subsidiar decisões políticas em âmbito mundial. A perda de biodiversidade é a ameaça real mais importante enfrentada pela humanidade hoje, ocorre de forma rápida em todos os lugares do planeta, em um momento de grandes mudanças climáticas globais e de forte pressão para aumentar drasticamente a produção de alimentos a fim de atender ao crescimento da população mundial (CANAL RURAL, 14 de julho de 2013).

povos, agricultores e consumidores às necessidades do processo incansável de acumulação do capital. Neste sentido, para Esteve (2017, pág. 21), ainda que se apresente como um mecanismo neutro, eles dissimulam uma série de interesses industriais, empresariais e patronais, que determinam o que comemos – ou seja, o que se pode e o que não se pode comer.

Veremos adiante que historicamente o Regime Alimentar, principalmente o corporativo¹², resultou na ascensão e consolidação do capital por meio da estruturação do sistema estatal. A estratégia modernizadora não apenas falhou no propósito de acabar com a fome, implicou também em alimentos mais baratos, como os ultra processados, por exemplo. De tal modo, o complexo agroindustrial determina como deve ser a produção de alimentos, como se produzir, em quais condições e onde deve ser vendido (ESTEVE, 2017). Isso me parece assustador, quando pensamos que todo esse complexo alimentar é um modelo no qual os ganhadores são poucos, leia-se as transnacionais, e nós, que somos a imensa maioria, perdemos e sofremos os fortes efeitos sobre a estrutura agrária. A **figura 2** representa um problema que vem preocupando a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) e o governo brasileiro: anualmente, 1,3 bilhão de toneladas de comida é desperdiçada ou se perde ao longo das cadeias produtivas de alimentos, ou seja, 30% de toda a comida produzida por ano no planeta (ONU BRASIL, 2017). Este contexto revela uma preocupação ecológica, social e econômica, ou seja, quanto mais alimentos é jogado no lixo, mais alimento precisa ser produzido para repor aquele que foi jogado fora. E para isso, alguns recursos naturais precisam ser usados (desperdício de água utilizada para irrigar cultivos agrícolas, por exemplo), assim como cresce a demanda da população mundial por alimentos, e os custos implicados nos desperdícios de alimentos e na produção deles também. A mesma figura aponta também para a desigualdade de acesso a alimentos de qualidade por parte da população, pois enquanto alguns tem acesso a alimentos “limpos”, outros vão buscá-lo no lixo.

¹² O alimento barato dependia da junção de grãos do Atlântico Norte com frutas, vegetais e frutos do mar do Sul em uma divisão internacional do trabalho agrícola coordenada por cadeias corporativas de abastecimento transnacional, com relações comerciais regidas pela *Internacional Financial Institution* (IFI), políticas de ajustamento estrutural e protocolos da OMC (MCMICHAEL, p. 88, 2016).

Figura 2. Sobre a má distribuição de alimentos e fome.



Fonte: <http://www.humorpolitico.com.br/onu/13-do-alimento-do-mundo-vai-pro-lixo/>

O contexto do passado, trouxe para as sociedades (pós)modernas um novo padrão de consumo, quer dizer, uma dieta baseada em carboidratos, proteínas animais e açúcares (cujos efeitos matam mais do que a própria escassez de alimentos), como argumentam Nierdele e Wesz Junior (2018), e nos direcionou a privação de comer alimentos mais saudáveis. Junto a isso, desconhecemos por completo a procedência do que chega ao nosso prato, além de dificultar os camponeses de produzirem alimentos dadas as condições desiguais de concorrência com a agricultura industrial globalizada (NIERDELE & WESZ JUNIOR (2018)). É central para este debate, entender o protagonismo dos movimentos sociais e da agricultura de base ecológica fundamentada pela busca de soberania alimentar (sistema alternativos de produção e consumo alimentar), como formas mais viáveis em fornecer processos diferentes ambientais e socialmente sustentáveis. Em suma, entender o porquê “o comer” se converteu em um ato político, torna-se uma questão inquietante à medida que estudamos sobre os três regimes alimentares.

2.2.1 Contornos dos Regimes Alimentares

As narrativas socio-históricas, nos últimos anos recuperaram espaço nos estudos agrários. Dentre elas, a abordagem dos Regimes Alimentares proposto por Harriet Friedmann e Philip McMichael (1989), com base na Teoria Regulacionista e Neomarxista. A abordagem foi construída para ressaltar as relações sistêmicas entre as dietas alimentares e os fenômenos políticos, a nível global, que resultaram na formação dos Estados Nacionais no século XIX e na expansão mundial das relações capitalistas. Como consequência, teve-se a construção das forças estruturantes do sistema agroalimentar global, ou seja, é a história política do capitalismo entendida a partir da perspectiva da alimentação.

Seguindo este caminho, o conceito de regimes alimentares define uma ordem mundial capitalista, conduzida pelas regras que estruturam a produção e o consumo de alimentos em escala mundial para o processo de acumulação (MCMICHAEL, 2016). O conceito foi formulado inicialmente por Harriet Fridmann (1987), com base na nova ordem alimentar internacional após a Segunda Guerra Mundial¹³. Como destaca esse autor, “o regime alimentar invoca a *comodity* como relação com conexões geopolíticas, financeiras, sociais, ecológicas e nutricionais resolvidas em momentos históricos definidos. É o modo como a cadeia alimentar interliga e transforma as diversas culturas mundiais por meio da mercantilização” (MCMICHAEL, 2016, p. 117). Nesta direção, a abordagem dos regimes alimentares não se trata apenas dos alimentos em si, mas da política das relações alimentares que está envolvidas neste processo político econômico. Nierdele e Wesz Junior (2016, p. 34) apontam para a mesma direção afirmando que os regimes alimentares¹⁴ “são representados por uma sucessão de estruturas regulatórias que organizam as relações de produção e circulação de alimentos e matérias-primas”.

Igualmente ao capitalismo, o Regime Alimentar assume várias formas históricas, como veremos mais adiante. E por que não dizer que o capitalismo é em si um regime alimentar? Visto que, segundo McMichael (2016) sua reprodução depende, ao mesmo tempo, do suprimento de produtos alimentícios imprescindíveis à reprodução (econômica) de sua força de trabalho. Ainda segundo esse autor, o alimento e a agricultura se converteram em relações de mercadoria, o que além de baratear a comida, insere ambos em uma lógica das estratégias de investimento (MCMICHAEL, 2016). É justamente em virtude desta lógica e evolução mercantil, que as dinâmicas de acumulação são pertinentes ao regime alimentar.

¹³ Para saber mais, este referencial pode ser visto em “Regimes alimentares e questões agrárias” (2016). Na análise do regime alimentar, o autor comenta sobre a investigação sobre a ordem alimentar naquele período pós-guerra, em que foram demonstrados graficamente a ascensão e o declínio norte-americano de ajuda alimentar como arma geopolítica durante a Guerra Fria.

¹⁴ A caracterização detalhada dos regimes alimentares não será nosso foco. Aqui, basta-nos o conceito e a reflexão crítica sobre a ideia de que as dietas alimentares são profundamente determinadas por fenômenos políticos, sociais e econômicos. E como elas representam uma das mais importantes esferas para a regulação das economias capitalistas, tanto no Norte, como no Sul global. Paralelamente, a análise dos regimes nos leva as transformações no processo de produção e consumo dos alimentos de modo geral, e as novas formas de consumo de alimentos saudáveis.

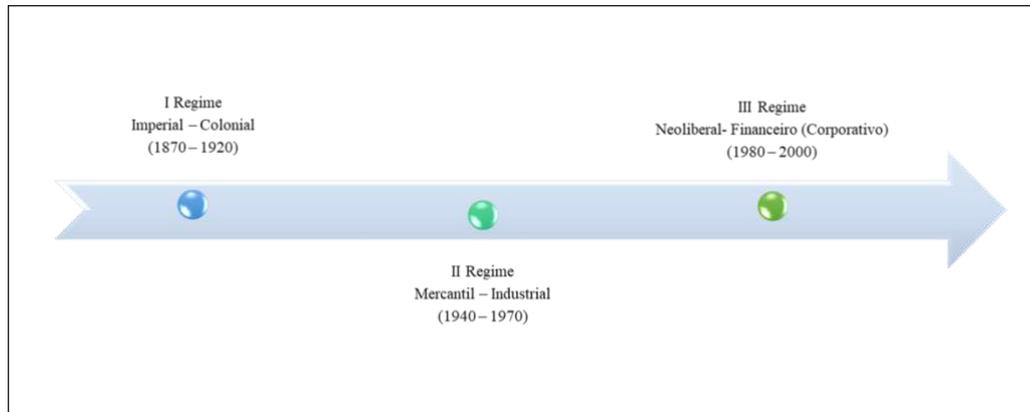
Com efeito:

Na evolução dessas tendências, as dinâmicas de acumulação pertinentes a determinados episódios do regime alimentar são limiares essenciais. O colapso de um regime coincide com a transição para uma nova dinâmica de acumulação, deslocando as coordenadas e as consequências da mercantilização agrícola para um novo ciclo de expansão com novos limites, e assim por diante (MCMICHAEL, 2016, p. 37).

Continua,

Os sucessivos regimes representam as relações institucionais que organizam as formas em transformação da provisão de alimentos. O modo como essas relações são ordenadas, e representadas (ou legitimadas), varia de acordo com o tempo e o espaço histórico. Um regime em particular é definido por um *princípio organizador* que expressa uma forma ou uma hegemonia. Assim, a ordem político-econômica das relações alimentares internacionais desde o final do século XIX tem expressado três momentos identificáveis que foram institucionalizados em formas de domínio regidas pelos objetivos estratégicos dos poderes dominantes, que definem esses momentos e legitimados pelas ideologias dominantes, notadamente: Grã Bretanha/multilateralismo de livre-comércio; Estados Unidos/ajuda externa, desenvolvimento e livre iniciativa; e OMC/livre-comércio e supremacia de mercado (MCMICHAEL, 2016, p. 38).

Neste sentido, como citado acima, o estudo dos regimes alimentares tem identificado três grandes períodos históricos (Tabela 1) de estabilidade dos mecanismos de acumulação-regulação capitalista na agricultura (NIERDELE & WESZ JUNIOR, 2018). São eles: O primeiro regime alimentar seria o imperial-colonial, determinado pela Grã-Bretanha, constituído no período final 1870 – 1920; o segundo regime alimentar mercantil-industrial, centrado nos Estados Unidos pós Segunda Guerra, entre os anos de 1940 – 1970; e o terceiro regime alimentar neoliberal-financeiro (ou corporativo), dirigido pelas corporações, correspondendo ao momento atual da globalização financeira, a partir do final da década de 1980 – 2000).

Figura 3. Representação dos três períodos históricos dos Regimes Alimentares.

Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Este processo histórico nos auxiliará a compreender como a agricultura, e os alimentos estavam interligados por relações globais de valor econômico e político. Ao mesmo tempo nos encaminhará ao movimento da soberania alimentar e a renovação dos debates referentes aos alimentos orgânicos, segurança alimentar e as novas formas de consumo. Dito isso, apesar das diferenças entre os regimes, o ponto em comum encontrado neles refere-se aos mecanismos de acumulação-regulação capitalista na agricultura como veremos a seguir.

Tabela 1. Principais características dos Regimes Alimentares

	I Regime IMPERIAL- COLONIAL (1879-1920)	II Regime MERCANTIL- INDUSTRIAL (1940 – 1970)	III Regime NEOLIBERAL- FINANCEIRO (1980-2000)
Centro de Poder	Grã-Bretanha	Estados Unidos	Estados Unidos - China
Liderança	Estados colonizadores associados à elite agrária	Empresas agroindustriais associadas ao Estado	Setor financeiro e corporações transnacionais
Modo de Regulação	Impérios Coloniais	Estados Nacionais	Corporações desterritorializadas
Ideologias Dominantes	Liberalismo e Colonialismo	Nacional- Desenvolvimentismo	Neoliberalismo Global
Paradigma Tecnológico	Tradicional	Industrial	Biotecnológico
Agricultura	Plantation de exportação	Matérias-primas industriais	Alimentação, Fibras, Energia
Sistema Monetário	Padrão-Ouro	Padrão-Dólar	Dólar Flexível

Fonte: Elaborado por Nierdele e Wesz Junior, 2018.

O primeiro regime alimentar esteve centrado na Grã-Bretanha e é definido como Imperial-Colonial, no período entre 1870 e 1914. Isto porque, combinava produtos tropicais e bens manufaturados enviados das colônias para a Europa, e a importação de grãos básicos e pecuária (trigo e carne) de Estados coloniais (FRIEDMANN; MCMICHAEL, 1989). Na linha de análise dos autores, o Sul consistiu na fonte de novas terras e mais alimentos para a acumulação nos países centrais. Essa relação de colonialidade, resultou na recepção de muitos imigrantes europeus nessas terras para o processo de acumulação no velho mundo, os quais passaram a produzir alimentos mais baratos para exportação constituindo assim, o processo de acumulação nas novas terras. Este movimento abastecia, de modo geral, as classes industriais europeias emergentes e, em particular, firmando o *workshop of the world* britânico. Neste contexto, os países periféricos transformaram-se em exportadores de matérias-primas (borracha, algodão, linho) e alimentos (açúcar e café) para sustentar a emergente classe industrial europeia (NIERDELE & WESZ JUNIOR, 2018). Organizado sob a hegemonia do Império Britânico, este regime estabeleceu suas bases institucionais no padrão-ouro e seus fundamentos morais na retórica do livre-mercado. De acordo com McMichael (2016), em meados do século XIX, para complementar as monoculturas impostas nas colônias de ocupação, a Grã-Bretanha terceirizou sua produção de gêneros de primeira necessidade com as colônias, explorando as fronteiras do solo do Novo Mundo. Note-se, portanto, que a Grã-Bretanha impôs as demais nações europeias o livre-comércio, como forma de evitar o aumento dos seus próprios preços de salários e matérias primas, já que a produção agrícola europeia não conseguia acompanhar a demanda da produção de alimentos provocada pelo seu acelerado processo de industrialização. Segundo Storel Júnior (2003), este contexto orientou o “desenvolvimento” no século XX, em uma dinâmica articulada entre setores agrícolas e industriais domésticos. Sendo assim, fica claro que a expansão das relações capitalistas pelo mundo, neste período, foi acompanhada da expansão da dieta europeia baseada no trigo, na carne e no leite.

O contexto agora é o pós-guerra. A questão agrária assume uma nova performance, e passa a ser embasada na industrialização, modernização agrícola, reforma fundiária, tecnologias, revolução verde, crédito rural (foi a chave para garantir a expansão da produção, principalmente dos países ricos) e assistência para comercialização. Neste sentido, o próximo regime será palco da transição institucional do império britânico, o chamado “padrão-ouro” à hegemonia americana, “padrão-dólar”.

O segundo regime alimentar, centrado nos Estados Unidos, nas décadas de 1950 – 1970, envolve o conjunto de relações de produção e consumo definido pela formação de um novo padrão mercantil-industrial de acumulação-regulação numa forte proteção estatal e na organização da economia mundial no pós- II Guerra (NIERDELE, 2018; MCMICHAEL, 2016). Este regime foi fundado sob a construção do modo complexo agroindustrial de grãos de baixo custo, mas ecologicamente insustentável e de trabalho assalariado. O autor fala sobre a apropriação das relações de produção e reprodução de *commodities* tropicais e temperadas para o mercado mundial, a concorrência industrial e o protecionismo que levaram ao livre-comércio, e sobre a abundância de alimentos e riqueza no Norte que equiparava e, até superava, a fome, desnutrição, escravidão e trabalho mal remunerado do campo no Sul. A integração da periferia (Sul) neste regime, ou seja, das nações do Terceiro mundo, se fez como mercado consumidor.

Os Estados desenvolvimentistas, internalizaram este modelo norte-americano de agroindustrialização nacional, formado sob a insígnia da Revolução Verde (veremos mais adiante sobre este tema), das práticas agrícolas que ela propagou, e constituindo a Reforma Agrária¹⁵ (esta como forma de amenizar a inquietação dos camponeses e estender as relações de mercado no campo). Em outras palavras, a agricultura se tornou mais integrada com a indústria, a montante como consumidora de químicos e máquinas, e a jusante com os produtos agrícolas se transformando de bens na produção de alimentos processados “duráveis” (STOREL JÚNIOR, 2003). Para Nierdele (2017), este regime teve a capacidade de resiliência (modelo Fordista que se baseia em produtos homogêneos, padronizados voltado para o mercado de massa) em contornar suas crises e readaptar-se.

O terceiro regime alimentar corporativo (décadas de 1980 – 2000) se mostra, segundo Nierdele (2018, p. 33), como “objeto de interpretações distintas no que tange à sua existência, periodização, nomenclatura e configuração”. Alguns autores enxergam este período como “menos nítido” em relação aos regimes anteriores, sob a caracterização econômica, social e política. Contudo, realizando um esforço de síntese, podemos caracterizá-lo como aquele com a predominância de um novo (velho) espírito do capitalismo, encaminhando ao nascimento de

¹⁵ As reformas agrárias no mundo capitalista colocam produtores de subsistência como produtores de pequenas *commodities* inseridos nas relações de mercado. Trata-se de uma reforma agrária liderada pelo Estado e posteriormente pelo mercado, a favor do poder dos latifundiários, e à custa das necessidades de terra e subsistência da população rural pobre e sem-terra.

um regime alimentar corporativo-neoliberal¹⁶. Configura-se, de acordo com McMichael (2018) como um regime que a globalização financeira se desdobrou no âmbito da produção, tornando os capitais do sistema agroalimentar mais livres das regulações dos Estados nacionais, agindo de acordo com a sua conveniência (incluindo ou excluindo localidades, matérias-primas e mão-de-obra).

Neste regime foram incorporadas novas regiões de cadeias de proteína animal, a exemplo do Brasil e China, unificando cadeias de suprimento distintas a uma “revolução do supermercado” e subdividindo os alimentos em itens de qualidade e itens padronizados. Segundo Philip McMichael:

O regime corporativo alimentar visa consumidores assalariados em uma oferta combinada de estender a elasticidade do consumo de alimentos (da “carnificação” à diferenciação de produtos) e ampliar mercados alimentares por meio do comércio injusto (p. 83, 2016).

Compreende-se, por um lado, que o surgimento e desenvolvimento dos supermercados mudaram radicalmente a forma com que lidamos com a comida, com a própria forma de comer e de consumir. Partindo também de uma análise pessoal, percebemos que submetemos nossas necessidades básicas a uma lógica comercial e aos interesses econômicos das grandes redes do setor. Comemos aquilo que é considerado mais rentável. Por outro lado, os supermercados impõem, segundo Esteve (2017) um modelo de agricultura e alimentação no qual o campesinato não tem lugar. Com efeito, esses dois lados da moeda incidiram diretamente no preço que se paga ao agricultor por seus produtos, e no custo (aumento do preço final dos alimentos) a ser cobrado nos seus espaços. Ainda mais, transformou o alimento em mercadoria, e as terras do campo do Sul em fronteira agrícolas; desapossou camponeses desintegrados na concorrência desigual com a grande agricultura industrial e o varejo global¹⁷; e a padronização de produtores. Dessa maneira, comprometeu-se a segurança alimentar principalmente dos países do Sul, via migração, espoliação rural e agudez da fome, desnutrição e escravidão. No Sul global, de acordo com a Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura – FAO (2016), entre

¹⁶ Ainda que cada regime alimentar tenha seu perfil institucional, elementos de regimes anteriores são transferidos para os regimes sucessores de modo reformulado (MCMICHAEL, p. 20, 2016).

¹⁷ Este regime mantém os fortes traços do período Fordista, tais como a concentração e centralização de capitais, uma maior integração vertical na produção e a intensificação da utilização de tecnologias, agora voltadas para a produção em massa (STOREL JÚNIOR, 200).

20 milhões e 30 milhões de pessoas, em dezesseis países da região perderam suas terras com o impacto da financeirização no negócio de alimentos. A transformação das dietas, juntamente com o papel dos estados no favorecimento do regime corporativo e dos agricultores capitalizados reforçaram um contexto de dependência e semiproletarização da classe camponesa latino-americana.

Para sermos mais precisos, na América Latina, principalmente nos anos 1980 e 1990, por detrás da cortina das instituições financeiras internacionais e a necessidade de liberar as economias para “desenvolver-se”, foram implementadas as regras impostas pelos mercados e as grandes corporações internacionais (COSCIONE, 2012). Como consequência dos processos de reforma e de ajustes econômicos ocorridos nestes anos, segundo Chonchol (2005) no caso de alguns países como o Chile – desregulação dos mercados, abertura econômica, privatizações e retratação do Estado - as condições de produção do setor agrícola se modificaram de maneira significativa. No Uruguai, ao se concluir *la Ronda de Uruguay*¹⁸ em 1994, todos os países latino-americanos haviam reduzido significativamente os tributos e eliminado muitas barreiras não tributárias às importações¹⁹ (COSCIONE, 2012, p. 26, tradução nossa). Neste contexto, ao final dos anos 1990 a tarifa média aplicada à agricultura (a tarifa que é implementada na prática) para todos os países em desenvolvimento é de 21%, enquanto na América Latina e no Caribe gira em torno de 14% - 9,8% no Chile, a 20% na República Dominicana (OXFAM, 2003²⁰, p. 5 *apud* COSCIONE, 2012). Da mesma maneira, os países da região reduziram drasticamente suas inversões em infraestruturas rurais e seu interesse no desenvolvimento do campo. Diante disso, e simultaneamente, este desinteresse acordo com Coscione (2012) foi acompanhado de uma crescente concentração de terras, dos recursos naturais e dos diferentes anéis da cadeia

¹⁸ A Ronda do Uruguai foi o processo negociador mais importante da história do GATT (Acordo Geral sobre Pautas Aduaneiras e Comércio), que teve como objetivo básico o fomento do livre comércio promovendo a redução de tributos e a eliminação do *dumping* (designa a prática de colocar no mercado produtos abaixo do custo com o intuito de eliminar a concorrência e aumentar as quotas de mercado) (*EL PAÍS*, 26 de dezembro 1990).

¹⁹ *Al concluirse la Ronda de Uruguay en 1994, todos los países latinoamericanos habían reducido significativamente los aranceles y eliminado muchas barreras no arancelarias a las importaciones.*

²⁰ “The average applied agriculture tariff (the tariff that is implemented in practice) for all developing countries is 21%, while it is 14% in Latin America and the Caribbean (from 9,8% in Chile to 20% in the Dominican Republic).”

produtiva e comercial agrícola nas mãos de poucas multinacionais da agricultura. Igualmente, Chonchol (2005, p.45) também diz que,

...outro dos traços sobressalentes do atual processo de reestruturação da agricultura latino-americana é a crescente influência dos grandes grupos multinacionais de insumos básicos, como agroquímicos e sementes, os quais, mediante a entrega de pacotes tecnológicos, determinaram de modo cada vez mais direto as formas de subcontratação e a distribuição temporal das tarefas produtivas – preparação de solos, semeadura, colheita e outras – com que operam amplos setores de agricultores primários.

Ainda sobre a análise do regime neoliberal na América Latina, Kay (2006) destaca o duplo aperto no acesso à terra e a empregos, é dizer, o acesso a fontes de renda não agrícolas (trabalho assalariado sazonal) permite que os camponeses fiquem na terra, desse modo impedindo sua total proletarização. A dependência, espoliação, subsídios corporativos, rotas alimentares transnacionais formaram um combo de ataque a pequenos proprietários de terras. Sobre isso, o economista e sociólogo mexicano Gerardo Otero (2008) afirma que quase dois milhões de camponeses mexicanos perderam suas fazendas de milho para exportações de baixo custo e altos subsídios do hemisfério Norte, sob o *North American Free Trade Agreement – Nafta*). Na Argentina, o “complexo da soja” (vagens, óleo e farelo) representa 70% da renda agrícola (sendo que as exportações respondem por 50% do total) (MCMICHAEL, 2016). Este mesmo autor afirma que o impacto desarticulador na força de trabalho, e nas propriedades agrícolas da agroindustrialização reduziu a população rural de 13% (1995) para 7% (MCMICHAEL, 2016). Este contexto da agricultura argentina, reflete um país que sempre esteve para um sistema preocupado fundamentalmente para as exportações de *commodities*. Por isso, é frequente na literatura argentina chamar atenção para a falta de reconhecimento, e invisibilidade e subalternidade do sujeito “agricultor familiar” e da “agricultura familiar” no país (CRAVIOTTI, 2014). De acordo com Aparicio (2004), a herança histórica de um perfil agro integrado ao mercado mundial, teria encoberto a importância local de uma população camponesa argentina em situação de pobreza, ao mesmo tempo que sua migração até as cidades em busca de emprego teria contribuído para seu desaparecimento. Não muito diferente da Argentina, no cenário uruguaio, 90% da superfície terrestre está em zonas rurais sob manejo agropecuário, onde a conservação dos ecossistemas está estreitamente vinculada ao modelo de produção agrária (CENTRO URUGUAYO DE TECNOLOGÍAS APROPIADAS, 2019). Otero (2012) expõe o uso de biotecnologia agrícola, os cultivos de transgênicos para exportação de

soja e milho, ração animal e biocombustíveis - uma vez que essas culturas são primordialmente à exportação, na Argentina, no México ou em outras nações latino-americanas. Ao mesmo tempo, este contexto anterior disputa espaço com a presença ativa da Via Campesina²¹, dos movimentos dos camponeses, e das correntes de resistência na luta contra a resistência ao regime alimentar corporativo: “ o alimento é, antes de mais nada, uma fonte de nutrição e, apenas em segundo plano, um item de comércio” (VIA CAMPESINA, p.8, 2002).

Em suma, os regimes alimentares foram em torno do papel dos Estados Unidos em abastecer a Europa e, em seguida, o Terceiro Mundo, a partir de sua intensiva, industrial e quilométrica agricultura comercial. Primeiramente durante os períodos de supremacia econômica mundial britânica e, posteriormente, norte americana. É um processo histórico de transferência de calorías alimentares do Sul para o Norte, e de empobrecimento e desnutrição do campesinato no Sul, muito mais rápido e intenso do que no Norte. Todo esse contexto culminou em um movimento de protesto global de agricultores, pescadores, e trabalhadores sem-terra. Surge então um princípio unificador, uma voz única de soberania alimentar que defende uma política democrática no que se refere a direitos dos camponeses, segurança alimentar local e agricultura camponesa ecológica voltada a sustentabilidade da natureza e da saúde humana.

2.2.2 Agricultores familiares de todo mundo, uni-vos! Sobre soberania alimentar

A moderna questão fundiária, nos anos de 1960 e 1970, prometida como ideia do progresso foi oferecida ao mundo, sob o manto da modernização da agricultura. Aliado a isto, este processo utilizou racionalmente as terras e os demais recursos produtivos, assegurou a produção de alimentos necessários a população, gerou divisas para nossas economias e articulou social e economicamente o setor agrícola ao processo geral de desenvolvimento

²¹ A Via Campesina é um movimento internacional que reúne milhões de camponeses, pequenos e médios agricultores, sem-terra, mulheres e jovens rurais, indígenas, migrantes e trabalhadores agrícolas de todo o mundo. Construído sobre um forte senso de unidade, solidariedade entre esses grupos, defende a agricultura camponesa pela soberania alimentar como uma maneira de promover a justiça social e a dignidade e se opõe fortemente à agricultura impulsionada pelas empresas que destrói as relações sociais e a natureza (WEBSITE LAVIACAMPESINA, 2016). Para saber mais: <https://viacampesina.org/en/la-via-campesina-organisational-brochure-edition-2016/>

(WANDERLEY, 2010, p. 22). Essa modernização protagonizada por seus empreendedores, com sua força ideológica e persuasiva, levantou sua bandeira do progresso, e gerou, de distintas formas e graus, um grande impacto nos países da América Latina (WANDERLEY, 2010).

É certo que a globalização alimentar, idealizada somente para beneficiar o agronegócio e os supermercados, privatizou os bens comuns, prejudicou aqueles que se preocupavam em trabalhar a terra e transformou os alimentos em um negócio. A pressão de diferentes forças globais, de cada país, está desafiando a capacidade da América Latina para conseguir sua autossuficiência alimentar. Historicamente, segundo afirma Toledo (2011), o setor agrícola nesta região tem sido um setor especializado e competitivo orientado para a exportação, que contribui de maneira significativa para as economias nacionais; e que simultaneamente, origina problemas econômicos, ambientais e sociais (incluindo efeitos negativos na saúde pública, a integridade do ecossistema e a qualidade dos alimentos, que em muitos casos alteram as formas de vida tradicionais do meio rural).

Para além das consequências negativas nas mudanças estruturais no setor agrícola - citados anteriormente, e das quais resultou uma heterogeneidade de situações, a maior diferenciação das condições produtivas dos pequenos e grandes produtores, foram o aumento da pobreza e o aprofundamento da desigualdade no meio rural. Por sua vez, outros efeitos negativos foram causados pelos regimes alimentares, com destaque no corporativo, como (a) o aumento das distâncias entre local de produção e de consumo e entre produtores e consumidores; (b) a dependência alimentar de vários países; (c) a extrema industrialização e artificialização dos alimentos; (d) a expropriação de povos nativos e a desintegração dos camponeses; (e) o intercâmbio crescente entre uso alimentar e energético; (f) a queda constante do preço pago aos agricultores pelos alimentos que produzem; (g) a financeirização da agricultura; (h) as mudanças nas culturas alimentares globais; (i) a diminuição da diversidade de cultivares; (j) a ameaça a diversidade biológica; (l) os problemas de saúde causados por dietas inadequadas e pelo uso crescente de agrotóxicos; (m) a superexploração ambiental; e (n) a permanência da fome no mundo. Embora, as pressões institucionais e seus efeitos existam, esses atores, os agricultores familiares, encontram espaços de manobra para criar estratégias relativamente autônomas de produção e trabalho (NIERDELE & WESZ JUNIOR, p. 30 e 31, 2018).

Em 1980 a pobreza rural na América Latina chegava a 73 milhões de pessoas, e em 1997 ultrapassavam os 78 milhões (CHONCHOL, 2005). Dados atuais do relatório da Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) e da Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) apontam que um novo pacto migratório é realizado por jovens do campo, ou seja, saem de zonas agrícolas dos países do norte da América Central com destino ao México e aos Estados Unidos (ONU BRASIL, 2018)²². A pesquisa enfatiza que há relação entre a pobreza no campo e os fluxos de migrantes. Segundo o relatório, em 2015, 89% dos migrantes de El Salvador, 87% dos da Guatemala e 82% dos hondurenhos residiam nos Estados Unidos. De acordo com Alicia Bárcena, a secretária executiva da CEPAL, em Honduras, a população rural que vive na pobreza alcança 82%, enquanto na Guatemala chega aos 77% e em El Salvador, a 49% (ONU BRASIL, 2018). Este contexto de pobreza no campo, revela a marginalização dos agricultores familiares e dos trabalhadores sem-terra. Esse panorama implica também na produção, e na vida dos consumidores que precisam comer.

A liberalização da agricultura representa uma batalha contra o campesinato, constituída por políticas, que amparadas por empresas transnacionais, livre comércio, agronegócio, acabam com os pequenos e médios agricultores e com as comunidades rurais e suas formas de produção. Assim sendo, enquanto essas condições persistirem e se acentuarem, mais a segurança e a soberania alimentar da população rural e da cidade serão afetadas. Somado a isto, é sabido que nos últimos anos a raiz das diferentes crises alimentares e a subida de preços dos alimentos básicos a nível local, condicionou o interesse crescente pela soberania e segurança alimentar (COSCIONE, 2012).

A perspectiva de novas formas de agricultura familiar baseadas na segurança e soberania alimentar pode influir diretamente para a resolução desses problemas gerados pelos regimes alimentares e as mudanças nas estruturas produtivas. Respectivamente, é importante ressaltar que o nosso objetivo neste trabalho não é inferir uma “figura satânica” da agricultura industrializada - ainda que sua performance não nos deixe dizer o contrário. O esforço aqui é enxergar a nova agricultura com potencial de sustentabilidade agrícola, admitindo uma maior proximidade da soberania e segurança alimentar. Especialmente como é proposta pela Via

²² Para saber mais: <https://nacoesunidas.org/relatorio-aponta-pobreza-rural-como-caoa-de-migracoes-na-america-central/>

Campesina²³, que evidencia os aspectos de proximidade entre produtores e consumidores locais, as práticas agroecológicas combinadas com os direitos dos produtores e consumidores de alimentos sobre qualidade e variedade.

A busca por institucionalizar a soberania alimentar se está difundindo paulatinamente em todo o continente latino-americano. Neste sentido, McMichael (2016) diz que a soberania alimentar surge como uma intervenção estratégica e híbrida ao abordar as necessidades imediatas (formais) e apresentar alternativas substantivas de longo prazo. Ao nível formal, o autor invoca a consciência sobre a necessidade de garantir o direito a alimentação através das políticas nacionais fortes, que definam as prioridades produtivas e do desenvolvimento rural (COSCIONE, 2012), e o direito das nações de proteger a produção e os produtores domésticos de alimentos (LA VIA CAMPESINA, 2008). A nível substantivo, de um ponto de vista ontológico, ela busca defender o direito para além dos direitos do mercado (MCMICHAEL, 2016). Procura-se uma identidade agrária em que se mesclam a subjetividade e a preservação ecológica como uma precondição para a sustentabilidade social e ambiental. Trata-se do desenvolvimento de um modelo de produção sustentável, que beneficia as comunidades e o meio ambiente, que reúne fatores que marcam o perfil de um modelo alimentar que prioriza: a produção, o consumo local de alimentos, inclui a luta pela terra (reforma agrária) e os manejos de terras, território e a biodiversidade. Claramente, estes recursos devem estar nas mãos de quem produz os alimentos e não nas mãos das grandes corporações. Nesta linha de pensamento, a Via Campesina (2019) considera que a soberania alimentar é o direito dos povos a alimentos saudáveis e culturalmente adequados, produzidos por métodos sustentáveis e o direito de definir seus próprios sistemas de alimentação e agricultura.

²³ “*A voz do camponês internacional. Globalizando a esperança, globalizando a luta!*” Assim como o texto da página web do movimento *La Via Campesina*. A Via Campesina é um movimento internacional que reúne milhões de camponeses, pequenos e médios agricultores, sem-terra, mulheres e jovens rurais, indígenas, migrantes e trabalhadores agrícolas de todo o mundo. Um grupo de representantes de agricultores - mulheres e homens - de quatro continentes fundou a Via Campesina em 1993, Mons, Bélgica. Construído sobre um forte senso de unidade, solidariedade entre esses grupos, defende a agricultura camponesa pela soberania alimentar como uma maneira de promover a justiça social e a dignidade e se opõe fortemente à agricultura impulsionada pelas empresas que destrói as relações sociais e a natureza. A Via Campesina compreende 182 organizações locais e nacionais em 81 países da África, Ásia, Europa e Américas. No total, representa cerca de 200 milhões de agricultores. É um movimento autônomo, pluralista, multicultural, político em sua demanda por justiça social, sendo independente de qualquer partido político, econômico ou outro tipo de afiliação (LA VIA CAMPESINA, 2019).

Em alguns países da América Latina, como Bolívia e Equador, seus textos constitucionais grifam a importância da soberania alimentar no desenvolvimento rural integral e sustentável dos seus povos. A exemplo, em 2019, 80% das terras cultivadas na Bolívia, estão nas mãos dos camponeses, segundo uma política implementada pelo Governo do presidente Evo Morales desde 2006 (PRENSA LATINA, 2019)²⁴. Esta política beneficiou a 49 mil famílias agricultoras, com *la distribución de tres millones 366 mil 589 hectáreas hasta la fecha para la producción de verduras, tubérculos, frutales y otros productos destinados a la canasta familiar, garantizan la seguridad agraria* (PRENSA LATINA, 2019). Na Colômbia, durante o governo do presidente Ernesto Samper Pizano, em resposta a crise do setor financeiro e seus efeitos negativos para as organizações da economia solidária, criou-se a lei 454 de 1998. Através desta lei transformou o Departamento Nacional de Cooperativas – Dancoop, no Departamento Administrativo da Economia Solidária (Dansocial); e criava a Superintendência da Economia Solidária – SuperSolidaria (SUPERSOLIDARIA, 2019)²⁵. Como entidade técnica do Estado, ela tem como missão trabalhar pela sustentabilidade das organizações, a proteção dos direitos dos associados e da comunidade, promovendo e fomentando a cultura associativa e a solidariedade. Uma das experiências mais interessantes que acontece na Colômbia desde 2008, é a comunidade econômica solidária *AgroSolidaria*, que atua em 55 municípios e 14 Estados do país. Esta entidade promove, através de recursos próprios, a produção, distribuição e o consumo dos circuitos econômicos solidários curtos e o comércio justo campo-cidade (AGROSOLIDARIA, 2015)²⁶. Na atualidade,

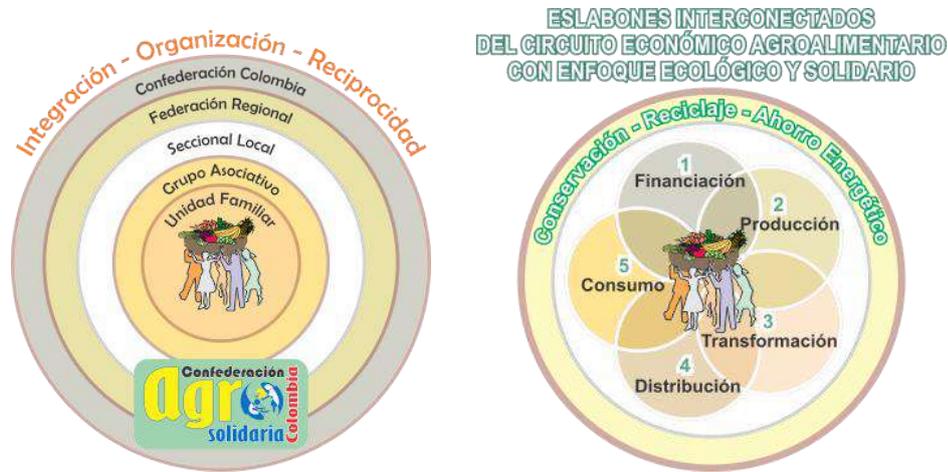
[...]su misión es ser una forma asociativa reconocida como sostenible en el campo de la producción y distribución agroalimentaria, garantizando la seguridad de los alimentos, la producción agroecológica, la operación durante todo el año y el suministro confiable de productos y servicios con responsabilidad social (AGROSOLIDARIA, 2015).

²⁴ Para saber mais: <https://www.prensa-latina.cu/index.php?o=rn&id=300210&SEO=la-tierra-en-manos-de-quienes-la-trabajan-una-politica-en-bolivia>

²⁵ Para saber mais: <http://supersolidaria.gov.co/es/nuestra-entidad/resena-historica>

²⁶ Para saber mais: <http://www.agrosolidaria.org/index.php/ideario>

Figura 4. Representações do sistema da *AgroSolidaria*, e do seu Circuito Econômico Agroalimentar.



Fonte: AGROSOLIDARIA, 2015.

Neste marco da criação de estratégias para a integração da produção e comercialização de alimentos saudáveis, as preocupações em torno da soberania alimentar, agroecologia e sementes camponesas e os direitos dos camponeses consistiu como tema central na Assembleia Geral da ONU, em dezembro de 2017. Neste momento, se declarou 2019-2028 como a “Década das Nações Unidas para a Agricultura Familiar”. A Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO), o Fundo Internacional para o Desenvolvimento Agrícola (FIDA), juntamente com governos, organizações da sociedade civil uniram-se para contribuir para a implementação da década. A resolução da década, que este ano marca o seu início, reconhece o papel importante que os pequenos produtores (incluindo as mulheres e as comunidades indígenas) desempenham no conseguimento da Agenda 2030 – que reúne os objetivos de Desenvolvimento Sustentável, contribuição para a produção sustentável de alimentos e erradicação da pobreza, insegurança alimentar e desnutrição (VIA CAMPESINA, 2019)²⁷.

O caminho é longo! Há muito do que se discutir sobre soberania alimentar, e suas implicações positivas no que cerne a revitalização das ecologias alimentares locais e do

²⁷ Para saber mais: <https://viacampesina.org/en/decade-of-family-farming-via-campesina-calls-for-fao-to-join-hands-with-peasant-and-small-scale-family-farmer-organizations/>

reconhecimento dos indivíduos a terra. Ao mesmo tempo, essa visão nos direciona a uma aparente crise geral do capitalismo, visto que as contradições dos regimes alimentares corporativos são acumulativas e insustentáveis e socialmente excludente. O movimento da soberania alimentar, visa colocar novamente em foco políticas públicas que visam o fomento produtivo com prioridade na agricultura familiar; a valorização dos alimentos e dos mercados locais; e as mudanças nos padrões de consumo com ênfase na qualidade dos alimentos, como sugere a FAO aos países da América Latina.

Para finalizar este tópico, nos detenhamos na fala representativa do ex diretor geral da FAO, José Graziano da Silva, no VII Congresso Continental CLOC, em junho de 2019, em Havana, Cuba²⁸. O encontro ressaltou temas sobre agricultura campesina na América Latina e Caribe, e sobre a “Década da Agricultura Familiar”. Podemos destacar em sua fala, a ressalva sobre o reconhecimento dos direitos da população rural, e da importância de compreender a diversidade dos atores sociais que constituem esse guarda-chuva da agricultura familiar, para poder-se-á elaborar melhor sua identidade. Diz ainda, que é necessário criar espaços para estabelecer regras que nos permitam consentir uma alimentação melhor e saudável. Lembrou também sobre o ano de 2014, como ano da agricultura familiar, que trouxe como preocupação, agregar a todos que estavam dispersos, sem denominações e que não podiam se reconhecer: “invasores”, “agricultores indígenas”, “pequenos agricultores” etc. Apesar disso, afinal, o maior resultado no ano da agricultura familiar, disse, foi o reconhecimento deste grupo como agricultores familiares. O diretor da FAO completa:

A FAO teve grande contribuição no desenvolvimento da agricultura mundial, como também um papel importante na produção de alimentos e na conservação da biodiversidade. Porém, com base no que conseguimos (a FAO) propôs o reconhecimento da década da agricultura familiar, em Roma. O tema central do plano de ação (cada organização contribua com seus conhecimentos) é firmar o tema da agroecologia. Para a FAO, a importância de promover a agroecologia como um dos paradigmas, como uma das alternativas possíveis é para substituir a Revolução Verde. Há 60 anos atrás, se desenvolveu os pacotes da revolução verde. Sementes, cereais respondem aos insumos químicos e estão mais bem preparadas para a mecanização. Graças a Revolução Verde nos anos 1950 e 1960 do século passado se conseguiu aumentar muito a produção agrícola mundial, sobretudo na Ásia, China e Índia. Países que lutavam com uma insuficiência, e que estavam a caminho de uma grande fome. Isso se evitou, porém com um alto custo. Um custo de uso intensivo de químicos que afetou sobretudo o meio ambiente, como também a saúde humana. E é este custo que

²⁸ Diretor General FAO José Graziano da Silva em clausura VII Congresso Continental CLOC- Via Campesina. Cuba. 30 de junho de 2019. Para saber mais: <https://tv.viacampesina.org/Director-General-FAO-Jose-Graziano?lang=en>

estamos pagando, e é esse limite que podemos aceitar para o seu desenvolvimento. Trata-se de encontrar maneiras sustentáveis de aumentar a produção agropecuária futura. E entre essas promessas está a agroecologia. Digo promessa, porque ainda estamos longe de alcançar o que necessitamos” [...] há uma responsabilidade, porque se você compara essa comida *chatarra*²⁹, verá que é mais barata, mais fácil de adquirir, estão por todos os lados, em todas as vendas vende comida *chatarra*. Inclusive nas vendas das escolas, porém não vendem em todos os lados frutas e verduras cultivadas pelos agricultores familiares da localidade. Não vendem comida saudável, que se poderia substituir para ter uma alimentação melhor qualidade. Ademais, se comparamos os preços a comida *chatarra* costumam ser mais barata que os produtos alimentícios mais nutritivos. Temos que repensar isso. E como fazemos? Simples. Há outras formas de estimular o consumo local de frutas e verduras: estimular circuitos curtos de produção e consumo a nível da sua localidade. Que se chama promover o desenvolvimento local. Para enfrentar não somente o problema da forma, mas sobretudo do tema da má alimentação (GRAZIANO SILVA, 2019).

2.3 A AGROECOLOGIA COMO PARADIGMA CIENTÍFICO PARA UM NOVO METABOLISMO AGRÁRIO SUSTENTÁVEL

A compreensão e a promoção da chamada transição agroecológica entendida, por sua vez, como um processo ao mesmo tempo social e técnico que articula múltiplos atores, mercados, tecnologias, instituições e formas de conhecimento, indicam sobre as possibilidades da agroecologia como referencial e campo de ação. Igualmente relevante é a identificação dos requisitos para que a agroecologia possa se apresentar como uma das respostas aos desafios colocados pelo contexto crítico em que vivemos desde as óticas do abastecimento alimentar e do futuro da agricultura familiar e camponesa (MALUF, 2013, p., 6).

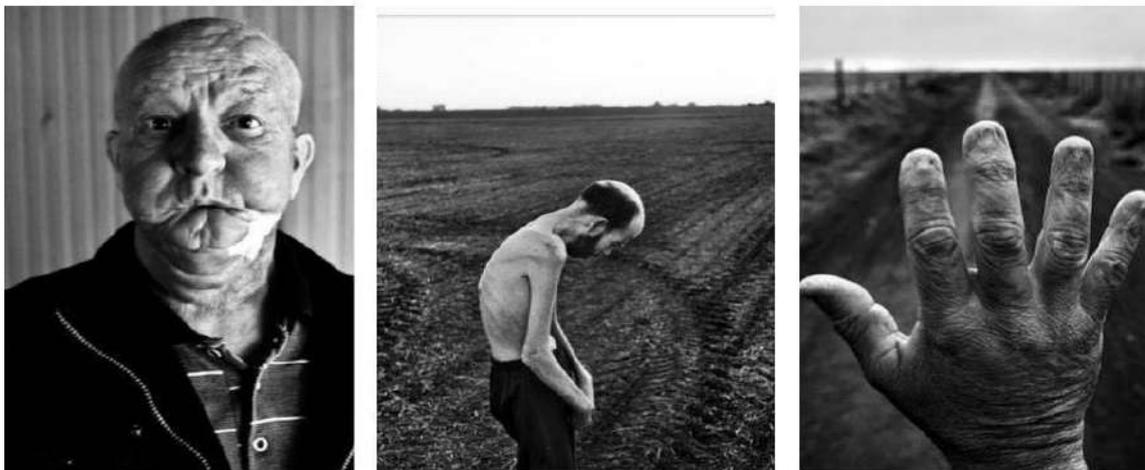
*O agro é tech. O agro é pop*³⁰. Esta frase faz referência a campanha “Agro: a Indústria-Riqueza do Brasil” concebida pelas gerências de *Marketing* e de Comunicação da Rede Globo desde o ano de 2016, no espaço da publicidade da rede. Ela reflete um cenário já conhecido por nós, investigadores do mundo rural: um modelo de agricultura predominante ancorado nos fundamentos do agronegócio, que prioriza principalmente as grandes monoculturas; a concentração da posse da terra e renda; que favorecem os latifundiários e as empresas produtoras de veneno (a exemplo de Syngenta, Bayer, Monsanto, Basf, Dow, DuPont e Nufarm); e na destruição dos recursos naturais. Ao mesmo tempo, colabora na contaminação

²⁹ Sucata alimentar; comer besteira; comida de plástico; comida com pouco ou nenhum valor nutricional; *junk food*.

³⁰ De acordo com o diretor de Marketing, Roberto Schmidt, o objetivo da iniciativa é conectar o consumidor com o produtor rural e ao mesmo tempo desmistificar a produção agrícola aos olhos da sociedade urbana: “Queremos mostrar que a riqueza gerada pelo agronegócio movimenta os outros setores da economia”, salientou, acrescentando que: “a ideia é fazer com que o brasileiro tenha orgulho do agro”. Segundo Schmidt, em opinião também endossada pelo presidente da Embrapa, Maurício Lopes, o agronegócio tem que investir na construção de sua marca junto à população em geral, a fim de criar empatia e confiança. (STARTAGRO, 2017) VER EM <http://www.startagro.agr.br/por-que-o-agronegocio-precisa-de-uma-comunicacao-moderna/>. CONSULTA: 27 DE MARÇO DE 2019.

do meio ambiente, dos agricultores e dos alimentos por agrotóxicos. Abrangendo esta conjuntura da degradação ecológica e da inequidade da distribuição da terra, água e outros recursos, o trabalho premiado “O Custo Humano dos Agrotóxicos” - do fotógrafo Pablo Ernesto Piovano denuncia outros efeitos que o modelo da agroindústria implementa: a contaminação por agrotóxicos na Argentina. A obra documental, é o resultado de cinco viagens que o jornalista realizou as regiões agrícolas (norte, litoral do Pacífico e central) no país. O objetivo do seu trabalho foi retratar vítimas de contaminação por venenos agrícolas, através de fotos que mostram pessoas com manchas e caroços na pele, mãos, braços e pernas desfiguradas.

Figura 5. “O Custo Humano dos Agrotóxicos” (PIOVANO, 2014)



Fonte: <https://www.brasildefato.com.br/2017/05/15/custo-humano-dos-agrotoxicos-fotojornalista-retrata-vitimas-da-contaminacao/>

A realidade retratada pelo fotógrafo é justificada por um contexto amparado pela permissividade de políticas que incentivam o uso do veneno, e priorizam a agroindústria. Na Argentina, desde 1996, a soja transgênica e o uso do glifosato³¹ foram autorizados. Na época, o secretário da Agricultura Carlos Menem, autorizou a entrada da soja transgênica no país, em um trâmite baseado em estudos da Monsanto. Como resultado, em duas décadas, 60% da área cultivável do país passou a ser ocupada por lavouras transgênicas que recebem, anualmente,

³¹ O glifosato é um tipo de herbicida que é muito utilizado por agricultores em todo o mundo para evitar o crescimento de ervas daninhas em plantações, facilitando o crescimento da planta que está sendo cultivada. Vários estudos feitos em ratos de laboratório indicam que altas doses deste herbicida podem aumentar o risco de desenvolver câncer.

mais de 300 milhões de litros de agrotóxicos (TRIGUEIRO, 2016). Em 2017, o governo de Mauricio Macri eliminou, por meio do decreto 302/17 a Secretaria de Agricultura Familiar que apoiava e fomentava as pequenas produções familiares, campesinas e indígenas. Estes dois acontecimentos apontam para a prioridade Argentina: pedestal para os setores do campo vinculados a grande produção e a exportação. O surgimento do *Ministerio da Agroindustria*, no lugar do *Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca*, ilustra este cenário. A conjuntura do veneno, não é uma realidade somente do contexto argentino, outros países da América Latina também ficam sujeitos a lógica do modelo agroindustrial, fazendo com que a comida seja rica em agrotóxicos (O Brasil por exemplo, é um dos países com altas taxas de uso do agrotóxico). De modo geral, o enfoque convencional da agricultura agropecuária reflete em todo o mundo, contribuindo para a conjunção da crise alimentar, que vem afetando o meio ambiente e a economia.

A noção de desenvolvimento assumiu, após a Segunda Guerra Mundial, uma importância ideológica sem precedentes, balizando projetos políticos. Era concebido, então, como um processo de mudança social, com um conceito pré-definido, de passagem de “sociedades tradicionais” a “sociedades modernas” (NICOLA & DIESEL, 2005). Segundo estes autores, enquanto as sociedades do hemisfério Sul” eram consideradas tradicionais, as sociedades do norte (capitalistas e industriais) eram vistas como referências de “modernas” (NICOLA & DIESEL, 2005, p. 315). Esse desejado procedimento de mudança, desencadeava o processo de industrialização e crescimento econômico. Do ponto de vista agrícola, surgiram posicionamentos voltados para explicar que deveria ser feito para modernizar as sociedades rurais “atrasadas” e quais as formas de intervenção que deveriam existir para dar continuidade a este processo de mudança. Sob este aspecto, durante muito tempo, os modelos de desenvolvimento desconheciam a importância dos fatores ambientais para o funcionamento e manutenção do sistema econômico e social. Com efeito, se assumia que o meio ambiente era externo ao sistema e que a disponibilidade dos recursos naturais não representava nenhuma restrição. Ao mesmo tempo, na América Latina, nos anos 1960, a Revolução Verde, reforçava este modelo convencional da agricultura, impondo aos camponeses e agricultores familiares os ditos “pacotes verdes” (variedades melhoradas, fertilizantes, produtos fitossanitários e tecnologias de irrigação) que consistem em tecnologia agroquímica de alto impacto ambiental. Em geral, em uma visão simples, a Revolução Verde é uma transferência de conhecimento e de tecnologia agrícola dos países chamados desenvolvidos aos países chamados em

desenvolvimento para melhorar a produção de alimentos e reduzir a fome via alto rendimentos de monocultivo (PATEL, 2013). A Revolução Verde teve múltiplas consequências e repercussões, das quais construíram respostas agroecológicas. Sobre isto:

Entre as proposições formuladas visando o desenvolvimento do setor agrícola, destacou-se a que advogava em favor da aplicação do conhecimento científico agrônomo para a inovação tecnológica dos processos produtivos, o que desencadeou a “Revolução Verde”. Avaliando os resultados da “Revolução Verde”, a maioria dos analistas concluiu que este processo contribuiu para elevar a produtividade nas propriedades e regiões em que as rendas já eram elevadas, mas nada conseguiu fazer para melhorar a situação dos pobres do campo. Ao contrário, ampliou a exclusão e as desigualdades sociais, além de agravar os efeitos negativos da agricultura sobre o meio ambiente (NICOLA & DIESEL, 2005, p. 316).

A civilização industrial, seus paradigmas tradicionais e sua racionalidade técnico-científica se encontram em uma crise severa pelo esgotamento de suas possibilidades produtivas, e por não garantir o bem-estar da espécie humana. Este modelo atenta, quase sempre, contra o equilíbrio e a saúde dos ecossistemas do planeta (TOLETO, 2012, p. 38). Paralelamente, e ao contrário disso, se considera que existe um capital natural, do qual é necessário manter para assegurar a sustentabilidade do sistema socioeconômico a longo prazo. Este contexto reavivou preocupações relativas à redução da pobreza, e às condições de garantia da segurança alimentar e segurança nutricional, como visto anteriormente neste capítulo. Estes temas são compreendidos não apenas em relação à disponibilidade de alimentos em quantidade e qualidade adequadas, se não também às formas de distribuição e apropriação deles. Respectivamente, como resposta a este cenário, diferentes grupos sociais (movimentos sociais, instituições governamentais e não governamentais, sociedade civil) têm sido impulsionados a promover mudanças importantes nos sistemas de produção e consumo alimentar, desde os anos 1970, com os primeiros cursos de agroecologia, na América Latina (ALTIERI, 2017).

O crescimento das agriculturas de base ecológica, tem sido uma das mudanças mais evidentes, envolvendo um amplo conjunto de formas de produção que se estruturam sob a insígnia da agroecologia (NIERDELE, et al, 2013). A busca de alternativas ecológicas, sociais e humanas tornou-se urgente e obrigatória. Não somente por reconhecer a capacidade da agroecologia de reestruturar as práticas agrícolas, como também na distribuição mais justa dos alimentos e da renda. Como sugere Toledo (2012), a agroecologia deixou de ser uma disciplina científica de caráter alternativo para converter-se, além disso, em uma prática emergente e tecnologicamente inovadora e, finalmente, em um movimento social, cultural e político. Tem sido mobilizada também de forma crescente, por acadêmicos, representantes de movimentos

sociais rurais, empresas e atores da cooperação internacional (LE COQ et al, 2017). No entanto, a agroecologia, ainda é vista como um método não rentável, visto que, as instituições são baseadas em uma agricultura mais holística³² têm problemas para se inserirem na comunidade científica (AZEVEDO & NETTO, 2015).

A agroecologia se apresenta como um novo paradigma emergente, mesmo seu conceito sendo mencionado desde os anos 1930 (LE COQ, 2017). Sobre isso Carrol et al. (1990) diz que a agroecologia é uma ciência, formada a partir de quatro áreas do conhecimento: agricultura, ecologia, antropologia e sociologia rural. De tal modo:

Essa ciência tem se desenvolvido num mundo de elevados aumentos na produção agrícola, justaposto a uma crescente preocupação com o ambiente. Os cientistas têm reconhecido que os avanços tecnológicos têm ocorrido com custos ambientais. Os estudos de Agroecologia vão auxiliar não somente os ecologistas e agrônomos, mas também botânicos e economistas agrícolas, na busca de um equilíbrio entre o necessário aumento de produção e a preservação dos já explorados recursos de água e do solo (CARROL et al., 1990 *apud* JESUS, 2005, p. 44).

Segundo Kuhn (1987) a evolução científica se dá por meio de revoluções, nas quais um novo paradigma se instala, assumindo aos poucos, o lugar antes ocupado por outro. Neste sentido, a agroecologia assume este lugar na ideia de proporcionar uma metodologia e prática distintas daquelas da agricultura convencional. Isto se dá ao fato dela integrar elementos unificadores, ao mesmo tempo que possui uma abordagem holística, não somente no que concerne as questões ambientais, mas sobretudo às questões humanas (AQUINO; ASSIS, 2005.) De tal forma, as várias dimensões da agroecologia a transformam em uma epistemologia inovadora e crítica, estabelecendo também uma íntima relação com outras disciplinas (etnoecologia; economia ecológica; sociologia ambiental). É bem verdade que a agroecologia, vem ganhando cada vez mais espaço e reconhecimento como um campo de conhecimento científico, que de acordo com Aquino e Assis (2005) agrega fatores históricos, técnicos, ecológicos e socioeconômicos. E serão por esses fatores que a agroecologia irá se diferenciar dos métodos convencionais e não-convencionais de produção agrícola. Com efeito, se compreende que a oposição do modelo agroecológico ao modelo agroindustrial possui o foco em particular nas formas de produção do conhecimento. É dizer, sair da centralização e

³² O conceito filosófico do holismo (CAPRA, 1998) é importante para se entender os fenômenos isolados dentro de um ponto de vista das interações que ocorrem de forma global. Segundo Capra, não dá para perceber o mundo em partes, e sim como um todo. Devemos buscar uma nova visão sobre a realidade.

legitimação do conhecimento agrônômico moderno para promover, segundo Altieri (2011) uma coprodução de conhecimentos locais e contextuais.

Figura 6. Contrastes entre modelos da agricultura



Fonte: elaborado pela autora, 2019.

Como declarado anteriormente, o conceito de agroecologia já é mencionado desde os anos 1920. Como enfoque científico, ela surgiu da fusão de duas ciências que mantiveram uma relação tensa durante o século XX: a Agronomia, que se inteirava do desenvolvimento de práticas agrícolas desconectadas dos processos naturais; e a Ecologia, que se dedicava ao estudo de sistemas naturais (GLIESSMAN, 2000). Segundo Petersen (2013, p. 82), a união e a síntese desses dois conhecimentos científicos se deram a partir dos engajamentos convergentes de ecólogos “interessados em estudar os sistemas agrícolas e de agrônomos empenhados em aplicar a perspectiva ecológica para solucionar problemas técnicos e ambientais frequentemente gerados pela industrialização da agricultura”. Neste sentido, “em anos recentes, tem havido maior e mais fecundo diálogo entre agrônomos e ecólogos, de maneira a fortalecer agendas comuns na busca de formas sustentáveis de produção de alimentos” (GLIESSMAN, 1990 *apud* JESUS, 2005, p. 42). Klages (1928), citado por Hecht (1987) foi o primeiro a adotar o nome agroecologia, chamando atenção para a influência dos fatores fisiológicos e agrônômicos sobre a distribuição e a adaptação das espécies para compreender as relações complexas entre a planta e seu ambiente. Já o esforço de Wezel y Soldat (2009), ao realizarem uma análise histórica da agroecologia como *disciplina científica*, identificaram nos anos 1920 os primeiros trabalhos acadêmicos que faziam menção à aplicação da perspectiva ecológica ao manejo de cultivos

agrícolas. Estes mesmos autores resgataram diferentes dimensões atuais da agroecologia, e identificaram dois níveis de diferenciação: i) evidencia três tipos de sentido no uso de noção de agroecologia distintos dos abordados na literatura como uma disciplina científica; como movimento social; ou como um conjunto de práticas agrícolas; ii) identifica três tipos de usos de conceito de agroecologias baseada em uma escala de enfoque: a nível da parcela, a nível do agrossistema e a nível do sistema alimentar.

O contexto de transição das epistemologias, do modo de sobrevivência e do uso dos recursos naturais para os “modos” europeu, ocasionou mudanças no sistema de conhecimentos, com enfoque na natureza e na entidade orgânica. Será a partir deste contexto que a agroecologia, segundo Hecht (1999) é “redescoberta”. Este redescobrimento, segundo o autor, revela um enfoque na agricultura com uma estreita relação com o meio ambiente e mais sensível socialmente, ao mesmo tempo que busca a produção, mas também a sustentabilidade ecológica desta (HECHT, 1999). É dizer, tem seu foco nas relações ecológicas no campo e assim tem o intuito de iluminar a forma, a dinâmica e as funções desta relação.

2.3.1 Sobre o princípio fundador da abordagem agroecológica e sua dimensão sociológica

O princípio fundador da abordagem agroecológica se baseia na manutenção e no manejo de agroecossistemas biodiversificados, nos quais há uma harmonia entre componentes e subsistemas, gerando autonomia técnica, estabilidade produtiva e resiliência ecológica. Com efeito, segundo Petersen (2013) a característica mais forte do paradigma agroecológico está na sua capacidade de interagir positivamente diferentes espécies integrantes do agroecossistema (cultivadas ou não). Apesar disso, segundo Gliessman (2003, p. 116) “a conversão de um agrossistema a um desenho mais sustentável é um processo complexo, não é somente a adoção de uma prática nova; não há respostas mágicas”. Contudo, a agroecologia tem como principal proposta, de acordo com Almeida (2003) alcançar uma nova forma de desenvolvimento, principalmente aqueles que se assemelham ao sistema camponês de produção. O agrossistema pode ser compreendido também como um sistema socioeconômico, no qual interagem subsistemas de produção de bens e serviços voltados para o mercado quanto para o consumo da família produtora. Sendo assim, a capacidade de manter essa dupla função, as relações sociais envolvidas e as diferentes formas de renda daí advindas representam eixos estratégicos de reprodução econômica do agrossistema em seu conjunto (GOMES de ALMEIDA, 2005). Neste sentido, a eficiência econômica do agrossistema deve ser entendida considerando os

diversos aspectos desse complexo socioecológico. É dizer, contabilizar não somente seus vínculos com os mercados, em que a família troca parte da sua produção por moeda, assim como também a geração de rendas não monetárias consumidas diretamente pela família agricultora (PERTENSEN, 2013). Neste sentido, como um sistema ecossociológico, o agroecossistema pode ser entendido como um *ecossistema cultivado, socialmente gerido*. Igualmente, ele é administrado *pela e para* a família agricultora, funcionando organicamente, com uma unidade sociológica de base, ao mesmo tempo em que é um provedor econômico e reprodutor ecológico (PERTENSEN, 2013). De tal modo:

pode ser interpretado como o resultado do equilíbrio dinâmico entre várias dimensões da vida material e simbólica das famílias agricultoras e suas comunidades. Em função desse caráter dinâmico e multidimensional, qualquer alteração em uma das dimensões implica o deslocamento do equilíbrio do conjunto. Por essa razão, os processos de transformação dos agroecossistemas encerram grande complexidade, cuja compreensão cobra a mobilização e a integração de conhecimentos oriundos das ciências naturais e das ciências sociais (PERTENSEN, 2013, p. 85).

Ainda nesta perspectiva de dimensão sociológica da agroecologia, Costa Gomes e Borba (2004) consideram a importância de incluir a estrutura metodológica das ciências sociais nas ciências naturais, visto que, a adoção das metodologias participativas permitiria o reencontro e diálogo de produtores e usuários de conhecimento de forma abrangente e democrática. A agroecologia, como afirma Costa (2007, p.55) “trabalha na perspectiva de o agricultor produzir um alimento de qualidade, isento de resíduos tóxicos”. Neste sentido, a dimensão comunitária torna-se um elemento importante, já que a participação é condição essencial para a agroecologia, além de fortalecer os laços comunitários e proporcionar processos de ação social coletiva dentro de uma perspectiva de desenvolvimento endógeno (COSTA GOMES e BORBA, 2004). A dimensão comunitária torna-se também um elemento importante por enxergar os agricultores, protagonista neste processo, a partir da realidade social destes. Para além disso, a agroecologia, na medida do possível, assume o processamento e a comercialização direta, individualmente ou coletivamente, através de cooperativas, associações, assentamentos. Ao lado, a dimensão tecnológica colabora para que esses agricultores iniciem a transição agroambiental. Por isso, Van der Ploeg (2012) considera os campesinos como os atores mais importantes para construir a transição agroecológica.

Conclui-se que a agroecologia não está conectada somente a produção limpa, mas a ética e solidariedade na produção e no consumo, buscando o desenvolvimento endógeno e local, a independência dos agricultores e não sua subordinação a “donos” do conhecimento e da

tecnologia. (PERTENSEN, 2013). Assim compreendido - o paradigma agroecológico, de forma participativa, com contribuições dos agricultores locais, da comunidade acadêmica, de cientistas das instituições públicas e privadas, das ações das ONGs, das experiências das associações e representações dos produtores e dos movimentos sociais, é o campo de conhecimento que busca bases científicas para transição da agricultura convencional a uma agricultura mais sustentável, promovendo uma agricultura menos agressiva ao meio ambiente e que proporciona a inclusão social e econômica dos agricultores, contribuindo dessa forma para o processo de desenvolvimento rural sustentável (DRS). E apesar de ser considerada um campo científico novo, “a agroecologia está cada vez mais presente nos debates atuais, pela frequente associação às noções de agricultura e desenvolvimento sustentáveis, tendo uma incidência em espaços geográficos e sociais bem circunscritos” (ALMEIDA, 2003, p. 5). Para finalizar, segundo Le Coq (et al, 2017) a agroecologia e as formas alternativas de cultura (agricultura orgânica, medidas agroalimentares etc.) tem ganhado interesse por representar vias concretas para enfrentar esses desafios, e manifestar-se em oposição ao modelo agroindustrial.

2.4 A REVOLUÇÃO AGROECOLÓGICA NA AMÉRICA LATINA

Inicialmente neste capítulo, vimos que o contexto global que vivemos atualmente é imerso em uma crise de civilização, crise alimentar, crise ambiental, crise climática etc. Um mundo de crises. Um mundo onde está ameaçada a segurança alimentar e gestão dos recursos naturais, resultado direto do modelo agroindustrial que exerce maior pressão sobre os ecossistemas degradados. Também foi visto que a agroecologia assume um papel importante nesta arena de crises e exploração agrária.

Alimentar a crescente população mundial sem provocar danos irreparáveis ao meio ambiente, tornou-se um dos maiores entraves. Segundo Beduschi (2017), o grande desafio é possuir um sistema alimentar que produzam o suficiente para alimentar a população mundial, porém com menos impacto ambiental e social negativos (BEDUSCHI, 2017). Com base nisto, a agroecologia parece dar respostas, ao aplicar conceitos e princípios ecológicos no desenho e manejo dos agrossistemas que otimizem a interação entre os seres humanos e o meio ambiente. Contribuindo, desta maneira, para promover sistemas alimentares mais justos e sustentáveis.

A trajetória e as raízes da agroecologia na América Latina, é baseada nos conhecimentos e nas práticas utilizadas pelos indígenas e camponeses. A presença do campesinato nessa região

é caracterizada pelas profundas raízes históricas, um passado pré-hispânico de grande desenvolvimento civilizatório, e uma forte resistência e atividade políticas nas áreas rurais – especialmente em Peru, Equador e Bolívia (TOLEDO, 2012). Este processo histórico foi propício para o desenvolvimento da agroecologia, que juntamente com uma crescente efervescência social, caracterizou e fortaleceu o processo político de autogestão, principalmente na região Andina. Desde o século XX, a compreensão de que os serviços ecológicos e sociais - que proporcionaram os sistemas agrícolas indígenas e sua contribuição a segurança alimentar em meio ao cenário de mudança climática global, crise econômica e energética, vem permitindo dar um impulso relevante aos conceitos de soberania alimentar e aos sistemas de produção baseados na agroecologia.

Nos anos 1970 e 1980, países como o México e Colômbia foram o palco dos primeiros cursos de Agroecologia. Ao mesmo tempo reconheciam que a informação empírica baseada na observação, e na prática com forte tradição cultural constituíam uma fonte de conhecimento para conceituar e aplicar a agroecologia (ALTIERE, 2015). Depois disso, somado ao nascimento da Revolução Verde, estudantes e professores de faculdades de agronomia do continente desencantados com a agricultura convencional, passaram a buscar uma nova agricultura. Paralelamente, essa agricultura tradicional foi a plataforma cultural e histórica para o desenvolvimento, multiplicação e expansão de projetos agroecológicos. Desde os anos de 1990 aos anos 2000, países como Equador, Bolívia, e em menor escala o Peru, foram o palco para o movimento indígena andino para a contenção das políticas públicas neoliberais (TOLEDO, 2012). Estes movimentos rurais, descentralizados, autônomos e organizados por meio de redes passaram a influenciar novos movimentos sociais. Sobre isso, segundo Toledo (2012) eles encontravam força e sua célula base nas comunidades, cooperativas e associações de produtores camponeses, se nutrindo de um novo impulso na recriação de uma agricultura andina combinada com a agroecologia.

A partir das décadas de 1980 e 1990, muitos projetos baseados na agroecologia, de acordo Altieri (et al. 1998), tem sido promovido por organizações não governamentais, e depois, por organizações camponesas que estão incorporando elementos tanto dos conhecimentos tradicionais, como da agrícola moderna. O *Movimiento Agroecológico Latinoamericano* – MAELA, e o *Consortio Latinoamericano de Agroecología y Desarrollo* – CLADES, foram os movimentos que deram um impulso a agroecologia. Especialmente na década de 1980,

nasceram iniciativas e experiências agroecológicas em diversas partes da América Latina e Caribe. Dentro deste contexto, a maioria das experiências tem sido realizadas dentro de projetos de desenvolvimento rural, através de ONG's e centros de capacitação colhendo resultados animadores, porém dispersos no continente (MAELA, 2008). Este cenário apontava para uma necessidade de estabelecer pontes entre as diversas experiências, para a promoção de aprendizados, assim como da agroecologia dentro das estratégias de desenvolvimento. MAELA é um movimento que emergiu da necessidade de compartilhar e trocar experiências através das coordenações, organizações e pessoas que trabalham no que é a agroecologia e saber local. Portanto,

Es una expresión política frente al neoliberalismo y la globalización de la economía, por ser estas excluyentes y discriminatorias de las culturas y saberes de los pueblos de América Latina y el Caribe. MAELA es una entidad civil sin fines de lucro, formada por organizaciones de productores campesinos, indígenas, familiares, de consumidores, ONGs, movimientos y redes de agroecología, instituciones de educación y universidades. Es un movimiento abierto, plural y diverso en experiencias de desarrollo, producción, comercialización, investigación, formación y promoción que congrega a más de 150 instituciones. Su finalidad es fomentar la agricultura ecológica para contribuir al desarrollo humano sustentable a partir de la agroecología y el saber local (MAELA, 27 de outubro de 2008).

O *Consórcio Latinoamericano sobre Agroecología y Desarrollo* (CLADES) é composto por 11 organizações não governamentais³³ de 8 países sul americanos, dedicados ao desenvolvimento rural sustentável a partir de um enfoque agroecológico. Igualmente, “*su misión es la realización de un esfuerzo común para transformar a la agricultura campesina, en peligro de colapsar, en emprendimientos productivos dentro de una perspectiva de desarrollo sustentable*” (ELDIS, 2019). Estes movimentos impulsionaram, nos anos 1990, o corpo teórico da Sociologia Agroecológica, por Eduardo Servilla-Guzmán, que reformulava os antigos enfoques sociológicos para um novo estilo de desenvolvimento agrícola e rural (ALTIERE, 2015). A visão social crítica da Sociologia Rural na América Latina, teve importantes contribuições como a criação de programas para a formação de agroecólogos no México, Argentina e Bolívia e, em particular no Brasil, com Francisco Caporal e Costabeber.

Já no ano de 2007, a corrente acadêmica da agroecologia se consolidava através da *Sociedad Científica LatinoAmericana de Agroecología* – SOCLA, sob a liderança de Clara

³³ Argentina -INDES / Brasil- AS/PTA / Bolívia- SEMTA / Colômbia- CETEC / Colômbia- IMCA / Equador- CAAP / Chile- CET / Paraguai- CECTEC / Paraguai- CPCC / Peru -CIED / Peru- IDEAS.

Nicholls e Miguel Altieri. SOCLA é uma organização de caráter regional, que atua e potencializa atividades conjuntas com outras sociedades e organizações envolvidas na promoção, capacitação, investigação e difusão da agroecologia (SOCLA, 2016). Juntamente com MAELA e outras organizações não-governamentais, a SOCLA tem impulsionado o apoio ao movimento agroecológico da América Latina, atuando com grupo de agricultores, e em especial membros da Via Campesina - que adota a agroecologia ao final da década 2000 como um pilar fundamental da sua proposta de soberania alimentar (ALTIERE, 2015; SOCLA, 2016). Hoje em dia, refletindo sobre o crescimento do movimento agroecológico, muitos autores colocam o enfoque de uma agricultura e sistemas alimentar sustentáveis, como pilares da ação participativa dos movimentos dos agricultores e das organizações de consumidores. Entretanto, e simultaneamente, como na maioria dos movimentos sociais a mudança é lenta, e as fortes raízes da agricultura industrial também são profundas.

Diante do que foi visto - sobre a importância da agroecologia como uma ciência transformadora, que ao mesmo tempo favorece a um diálogo estreito e de interação com grupos de agricultores e camponeses, percebemos que ela representa um constante processo de inovação tecnológica, cognitiva e sobretudo, sociopolítica. Tal como, está intimamente vinculada aos cenários políticos e aos movimentos de resistência camponesa e dos povos originários. De agora em diante, vamos nos debruçar para compreender o potencial da agroecologia para incentivar e promover mudanças sociais e agrárias direcionados a sustentabilidade, e a produção alimentar. A ideia principal é colocar o foco nas discussões das práticas agrícolas alternativas e promover o debate sobre agricultura local de alimentos por camponeses e famílias rurais, a partir de iniciativas e movimentos de inspiração agroecológica em alguns países da América Latina – como Brasil e Uruguai.

2.4.1 A experiência agroecológica no Brasil e no Uruguai: um breve panorama

*La humanidad es una población en desequilibrio que busca su lugar dentro de la familia de la vida.
Reequilibrar la presencia humana en el planeta es nuestra saludable utopía en construcción.*
Jorge Vivan, 1998.

Partindo do caráter tridimensional da agroecologia - como disciplina científica, como um conjunto de práticas e como um movimento social – este tópico traz um breve panorama deste campo do conhecimento. A revisão de literatura revela a ênfase destes três elementos, para compreender e reconhecer sua importância a partir da perspectiva de dois países da América Latina – Brasil e Uruguai. A priori, a escolha destes contextos sustenta a tríade agroecológica

deles (e de tantos outros países da região), e, ao mesmo tempo, evidencia minha relação de estudo e pesquisa durante meu doutoramento em Sociologia no Brasil (2015 – 2019), e do doutorado sanduíche, no Uruguai (2018 – 2019). Faz-se importante ressaltar, que não se trata de um estudo comparativo, mas sim, de um encontro de saberes e visões sobre a eficiência e diversidade da agroecologia, e seus impactos nestas realidades.

Na sua história, a adoção da agroecologia ficou nas mãos da disseminação dos agricultores familiares, pesquisadores e sociedade civil. Segundo a *Food and Agriculture Organization of the United Nations* – FAO (2019), a agroecologia é uma disciplina científica desde a década de 1930 focando nas interações biológicas entre elementos do ecossistema e agricultura. Com o tempo, a agroecologia expandiu sua finalidade abrangendo “os princípios ecológicos para o design e gerenciamento de agroecossistemas, além de campos para incluir paisagens e comunidades” (FAO, 2019). Destarte,

A ciência da agroecologia reconhece explicitamente o valor da pesquisa e do conhecimento participativos de baixo para cima e promove: (i) interligar processos de inovação formais e informais; (ii) combinar conhecimento local, com conhecimento científico; (iii) reconhecer o respeito aos agricultores como proprietários de conhecimentos e co-pesquisadores e inovadores (FAO, 2019).

A nível internacional, a agroecologia nos apresenta dois eixos: como ciência se desenvolve a partir dos anos 1970 por pesquisadores de vários países, em particular os Estados Unidos que a definem como ciência que busca incorporar a agroecologia na agricultura; e paralelamente, nos anos de 1980, a sociedade se apropria da noção de agroecologia com o impulso dos movimentos sociais na América Latina. Esses dois pontos serão essenciais para entender a evolução e o aprofundamento das reflexões sobre a agroecologia. Neste cenário, dois modelos sociais e econômicos de produção ganham destaque e se enfrentam: agricultura campesina e familiar – que em sua grande maioria (porém não unicamente) se dedica a produção alimentícia com base no trabalho familiar; e a agroindústria que em sua totalidade se dedica a produção para exportação com base no trabalho assalariado e na intensificação no capital financeiro (FRÉGUIN-GRESH, 2017, p. 311). O campesinato na América Latina é um grupo heterogêneo, tanto cultural como ecológico, apresentando níveis de subsistência determinados pelos recursos locais, e o emprego de técnicas agroecológicas (TOLEDO, 2011). O setor campesino tem uma população estimada em 65 milhões, que incluem 55 milhões de indígenas, que produzem 51% de milho, 77% de grãos, e 61% de batata que se consome na região (TOLEDO, 2011; ALTIERI, 1999). Ainda sobre isso, segundo Altieri (1999, pág. 198),

Só no Brasil, existem aproximadamente 4,8 milhões de agricultores familiares (cerca de 85% do número total de produtores agrícolas) que ocupam 30% do total de terras agrícolas do país, que controlam 33% da superfície produzida com milho, 61% de feijão e 64% que produz macaxeira (mandioca). No Equador, o setor campesino ocupa mais de 50% da área de superfície dedicada a cultivos alimentar como o milho, feijão, cevada e pimenta. No México, os campesinos ocupam ao menos 70% da superfície cultivada com milho e 60% da área com feijão (Tradução nossa).

Analisando as características da agricultura campesina na América Latina, pode-se afirmar que existem agricultores que continuam operando na forma de uma agricultura tradicional, até o que adotaram parcial ou totalmente o modo agroindustrial de produção (TOLEDO, 2011). No entanto, nosso foco será os agricultores que incorporam na prática diferentes elementos do manejo agroecológico, conformando sistemas agrícolas comunitários, ao mesmo tempo que oferecem modelos para a promoção da diversidade e integridade ecológica e contribuem para a segurança alimentar.

Para tanto, assim como em muitos países na América Latina³⁴ (centro-américa, região andina, México) a promoção da agroecologia no Brasil esteve diretamente vinculada a ação dos movimentos sociais ligados a pequena agricultura familiar e campesina. A construção (técnica, social e política) da agroecologia no espaço não governamental e governamental, acontece desde a década de 1970 até os anos 2019, em que nos últimos, foram marcados pelos episódios do *impeachment* golpe da presidenta Dilma Rouseff, do governo Michel Temer (2016 – 2018), e do atual presidente Jair Messias Bolsonaro (2019 -)³⁵. Este feito assume uma conotação não somente técnica, como também política, mantendo articulação com modelos de “agricultura alternativa” ou “agricultura de base ecológica³⁶”.

³⁴ Considero a experiência Cubana importante para a reflexão e aprendizado para a “revolução agroecológica. A sistematização das experiências surgidas durante a implementação da agroecologia e agricultura sustentável nas economias camponesas e cooperativas cubanas, garantiu a segurança e a soberania alimentar da população cubana. O esforço das famílias camponesas cubanas, resultou no Movimento agroecológico “De camponês para camponês”, da Associação Nacional de Pequenos Agricultores. Para saber mais ler “Revolução agroecológica: O Movimento de Camponês a Camponês da ANAP em Cuba” (2012).

³⁵ Não abordaremos as transformações políticas ocorridas nestes períodos, entretanto, é importante assinalar que estes episódios contribuíram na ruptura de ordem democrática, afetando de forma significativa as políticas voltadas para as políticas de fortalecimento da agricultura familiar e da agroecologia no país.

³⁶ A agricultura de base ecológica adota uma perspectiva crítica aos preceitos da modernização conservadora que orientaram a ação do Estado brasileiro, desde os anos de 1960, e abrangente às distintas correntes deste modelo dominante: orgânica, permacultura, biodinâmica.

É importante ressaltar o esforço que Francisco Roberto Caporal (2009) realiza ao enfatizar o que não é agroecologia. O autor afirma que “ainda que a palavra agroecologia nos faça lembrar de estilos de agricultura menos agressivos ao meio ambiente, não é pertinente confundir agroecologia com um tipo de agricultura alternativa (CAPORAL, 2009, p.3). Com efeito:

Também não é suficientemente explicativo o vínculo, muito comum da ciência agroecológica com “uma produção agrícola dentro de uma lógica em que a natureza mostra o caminho”; “uma agricultura socialmente justa”; “o ato de trabalhar dentro do meio ambiente, preservando-o”; “o equilíbrio entre nutrientes, solo, planta, água e animais”; “o continuar tirando alimentos da terra sem esgotar os recursos naturais”; “uma agricultura sem destruição do meio ambiente”; “uma agricultura que não exclui ninguém”; entre outras (CAPORAL E COSTABEBER, 2002) .

Quem sabe, nenhum país da América Latina tenha tido mais avanço na tripla significação da agroecologia como no Brasil. E não muito diferente de outros países, como visto anteriormente neste capítulo, a partir dos anos de 1980, as críticas ao modelo agrícola centrada no uso dos agrotóxicos, no desmatamento e na degradação do solo eram enfatizadas por agroecólogos. Período em que os grandes monocultivos de grãos se expandiam ao Cerrado brasileiro, ampliando sua área ao longo do tempo, chegando na Amazônia (SCHMITT et al, 2017). Um dos seus críticos mais incisivos, o engenheiro agrônomo José Lutzemberger – que até então rompia com o setor do ramo de agrotóxicos, se engajou no movimento ambientalista e passou a atuar na Associação Gaúcha de Proteção ao Meio Ambiente Natural (Agapan), possivelmente a primeira ONG ecológica do país (COSTA, 2017). Segundo este mesmo autor, uma das contribuições de Lutzemberger foi “trazer à discussão, entre os profissionais da agronomia, os problemas resultantes da mecanização; do cultivo de variedades genéticas selecionadas para a alta produtividade, mas vulneráveis aos estresses ambientais e a elevada exigência em agroquímicos; além de problematizar a questão e crítica³⁷ ecológica no espaço agrônomo e com a sociedade em geral” (COSTA, 2017, p.59-60). Por esse caminho, nosso país transformava-se em um grande cenário para os primeiros eventos sobre “agricultura alternativa” promovidos por uma geração de estudiosos e militantes da área. Essa atmosfera promovia iniciativas que viriam, no futuro, a ter desdobramentos quanto a sensibilização,

³⁷ A crítica ecológica mostra que o incremento da produtividade da agricultura capitalista moderna, depende, crucialmente, da infravaloração dos *inputs* de energia dos combustíveis fósseis. Depende, também, do valor, nulo ou escasso, que se tem dado à contaminação por pesticidas e fertilizantes, e à perda da biodiversidade (COSTA, 2017).

capacitação e engajamento dos agrônomos no movimento ambientalista e nos movimentos sociais no campo.

Na década de meados da década de 1990, todo o universo de organizações não governamentais em colaboração com movimentos sociais e organizações de agricultores familiares, resultou na multiplicação de redes locais, regionais e territoriais da gestão do conhecimento agroecológico, fundadas na capacitação de agricultores e técnicos, e de compartilhamento mútuo de saberes. Os debates sobre a pluriatividade e multifuncionalidade da agricultura familiar, associados à agricultura alternativa crescem como de reprodução social destes atores sociais. De acordo com Costa (et al, 2015), neste período o movimento agroecológico brasileiro eclode em ação e organização, ganhando espaço entre os movimentos sociais, ONGs, instituições de ensino superior e de pesquisa, assim como em órgãos de assistência técnica e extensão rural (ATER).

Ao mesmo tempo, e em contrapartida³⁸, o cenário brasileiro apoiava a política dos grupos da agricultura de grande escala, agroindustrial e dos setores financeiros. Sobre isso, Schmitt (et al, 2017) diz que nesta mesma época o campo brasileiro foi um eixo estruturador fundado na dualidade do agronegócio/agricultura familiar. O contexto brasileiro vivia o oposto da promessa da modernização (Revolução Verde), com uma crise econômica e endividamento dos produtores familiares envolvidos com as cadeias de *commodities*. Frente a isso, na segunda metade desta década, essa conjuntura foi marcada no governo de Fernando Henrique Cardoso (FHC), por um conjunto de atores sociais, com forte protagonismo dos movimentos sociais. Particularmente pelo agravamento da luta social pela terra - as demandas pela Reforma Agrária, eixo central na luta dos sindicatos de trabalhadores rurais, com forte repercussão internacional, levou o governo de FHC a lançar o programa chamado “Novo Mundo Rural”. O objetivo era propor um novo modelo de desenvolvimento rural para o país, baseado no fortalecimento da agricultura familiar e acesso à terra (SCHMITT et al, 2017, p. 80), e “tapar o sol com a peneira”. Neste mesmo cenário, a luta dos movimentos sociais, ganharam relevância para a construção

³⁸ Basándose en un pacto de Economía Política reformulado en los años 90, el sector del agronegocio mantiene la iniciativa en cuanto a su influencia en las directrices de políticas de Estado, reafirmando su dominio en los niveles políticos, económicos e ideológicos (Petersen 2005). En funcionamiento desde el gobierno de Fernando Henrique Cardoso (1995–2002), este pacto combina la estrategia del Estado de impulsar el crecimiento económico con ingresos derivados de exportaciones de materias primas agrícolas, con la maximización de las ganancias de los grupos de agronegocios de la agricultura a gran escala, agroindustrial y los sectores financieros (PERTESEN et al 2013, p. 74).

do agricultor familiar³⁹ com um ator político e com uma categoria social⁴⁰ no âmbito das políticas públicas. Esse processo levou a criação, ao final dos anos 1990, do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF). O PRONAF vinha como uma proposta viável aos problemas da agricultura familiar como conflitos agrários, êxodo rural e abastecimento do mercado interno (MDA, 2012). O programa teve grande apoio, já no início dos anos 2000, do Ministério de Desenvolvimento Agrário (MDA). É importante ressaltar isto, visto que, o Brasil era um dos poucos países que contava com dois ministérios que tinha atribuições relacionadas com o desenvolvimento agrícola (MDA) e agrário – o tradicional Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). O MDA, buscou também dentro de suas possibilidades, a entrada da agricultura familiar no mercado de produtos orgânicos.

Foi nesse panorama, a princípios dos anos 2000, que as ideias agroecológicas encontram terreno fértil, sobretudo no Ministério do Meio Ambiente (MMA). O MMA foi um grande suporte para o desenvolvimento sustentável, uma inspiração para lutas socioambientalistas e uma referência para a construção de políticas públicas. Isto porque essas lutas nos direcionava a concepção de agroecologia construída em nosso país, quero dizer, para uma aliança estratégica entre a questão social e ambiental. Tínhamos aí, uma visão que nos orientava para uma agroecologia, que para além da visão do manejo ecológico dos sistemas produtivos mantinha também uma dimensão com as lutas por direito à terra. Neste sentido, Caporal faz referência à agroecologia para além dos aspectos meramente tecnológicos ou agrônômicos da produção, “pois incluem tanto variáveis econômicas, sociais e ambientais, como variáveis culturais, políticas e éticas da sustentabilidade” (CAPORAL, 2009, p.8). Desse modo, Caporal & Costabeber enfatizam, que o complexo processo de transição agroecológica não dispensa o progresso técnico e a incorporação dos avanços do conhecimento científico (Costabeber, 1998; Caporal e Costabeber, 2000a). Nesta mesma década, foram aprovadas a Lei da Agricultura Familiar (Lei Nº 11.336, de 24 de julho de 2006)⁴¹ e a Política Nacional de Assistência Técnica e Extensão Rural – PNATER (Lei Nº 11.188, de 11 de janeiro de 2010)⁴². Ambas as leis

³⁹ Vale ressaltar, que no ano de 2019, passou a tramitar o projeto que quer alterar a definição de agricultor familiar. Para saber mais, acessar: <https://canalrural.uol.com.br/noticias/definicao-agricultor-familiar/>

⁴⁰ Não vamos nos deter ao debate da história das vertentes teóricas do pensamento social agrário, mesmo reconhecendo sua importância para compreender a evolução da existência e o lugar da agricultura camponesa nas sociedades capitalistas. Nosso foco, é debater sobre o processo histórico da agroecologia e suas contribuições nas experiências brasileira e uruguaia.

⁴¹ Para saber mais acesse: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm

⁴² Para saber mais acesse: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12188.htm

incorporam as relações de gênero e de geração, além do fortalecimento da ATER voltada para a agricultura familiar (COSTA et al, 2015).

No campo da ciência e tecnologia, o Brasil tem conquistado (mesmo em um cenário ambíguo) gerar uma corrente cada vez mais ampla (com limites e obstáculos) de investigadores e políticas públicas de promoção da agroecologia. Essa rede hoje conta com a realização de seis congressos nacionais de agroecologia, no período de 2001 a 2009, e com a criação da Sociedade Brasileira de Agroecologia. Com efeito, de acordo com Toledo (2012, p. 39):

En forma paralela tuvo lugar en el 2001, el I encontró Nacional de Agroecología (Rio de Janeiro) y unos años después en 2006 el II ENA en Recife, con una participación de 1731 personas principalmente pequeños agricultores familiares (841) y técnicos locales (732) provenientes de todo el país. De estos eventos nació la ANA (Articulación Nacional de Agroecología), que opera como un instrumento estratégico entre las organizaciones sociales y políticas de productores, la esfera técnica y de investigación aplicada y las instituciones académicas (universidades y tecnológicos). Finalmente, debe referirse el acercamiento ideológico y técnico de las principales organizaciones políticas rurales de Brasil con las propuestas de agroecología surgidas desde la academia: la Confederacao Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG), la Federacao dos Trabalhadores na Agricultura Familiar (FETRAF), y el Movimiento de los Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST). Estas organizaciones operan para disminuir la enorme injusticia agraria que priva en Brasil donde el 1.6 % de los propietarios poseen el 47% de las tierras, y el 3% de la población rural es dueña del 66% de las tierras arables. De las tres organizaciones es el poderoso MST (475,000 familias o 1.5 millones de miembros) el que ha propiciado una vía agroecológica entre sus miembros.

Continua,

Hacia el año 2000, su 4o. Congreso nacional (11,000 participantes) adoptó la agroecología como objetivo de la pequeña producción, y a partir de entonces ha realizado jornadas anuales sobre el tema, ha creado 12 Escuelas Autónomas de Agroecología, además del Centro “Chico Mendez” (mayo, 2004), y una Escuela Latinoamericana de Agroecología (2005), ambos en Paraná (TOLEDO, 2012, p. 39).

Este breve panorama histórico (breve ao fato da tamanha complexidade que envolve a construção da agroecologia no Brasil), apresentou nas últimas décadas os processos de organização social que possibilitaram a construção de políticas de fortalecimento da agricultura familiar e, de forma específica, a institucionalização da agroecologia como um enfoque político. Segundo Toledo (2011, p.18), essas experiências nos leva a quatro razões principais pelas quais os movimentos sociais rurais no Brasil adotaram a agroecologia: a) ela é socialmente ativa, já que sua difusão requer a participação constante do seu ator social principal, os agricultores familiares; b) trata-se de um enfoque culturalmente aceitável, já que se baseia nos conhecimentos tradicionais e promovem um diálogo de saberes com os métodos científicos

modernos; c) promove técnicas economicamente viáveis, dando ênfase no uso do conhecimento indígena, na biodiversidade agrícola e os recursos locais, evitando assim a dependência de insumos externos; e d) a agroecologia é ecológica *per se*, já que evita modificar os sistemas de produção existentes, promovendo a diversidade, as sinergias, otimizando o rendimento e a eficiência do sistema produtivo. Contrariamente, ainda que o Estado brasileiro ao longo do tempo tenha colocado ferramentas políticas para apoiar os processos de transição agroecológica, ela sofre com a inconformidade estrutural dos marcos institucionais que regulam o Estado a fim de alcançar este objetivo (PETERSEN et al, 2013, p,77). Uma das razões fundamentais para que este cenário ainda exista, é a intervenção prevista e ideologicamente legitimada e dominante, da modernização agrícola.

A agroecologia é tanto uma ciência emergente, como um campo de conhecimento transdisciplinar, influenciado pelas Ciências Sociais, Agrárias e naturais. A longa trajetória das interações entre os movimentos sociais e redes de articulação da sociedade civil com o poder público resultou, como vimos, em uma pluralidade de processos de incorporação da agroecologia como um enfoque político, social e ambiental. Por outro lado, junto a alguns desafios gerados, percebemos que essas interações também provocaram ambiguidades quanto a sua compreensão metodológica e intelectual, como bem afirma Caporal em seus últimos trabalhos. Devemos ter em conta também, que o vigoroso surgimento de alternativas de desenvolvimento pelos agricultores familiares e suas organizações locais (assentamentos, associações, cooperativas etc.) contribuem fortemente para contestarem os processos de exclusão econômica gerada pela modernização agrícola. As formas inovadoras de gestão de ecossistemas, baseadas em tecnologias que valorizam os recursos locais, garantem altos níveis de autonomia para a economia familiar, e ao mesmo tempo, preservando o meio ambiente e a segurança alimentar dos produtores e consumidores como veremos nos próximos capítulos.

Em suma, foi um campo que inspirou o surgimento de conceitos, como resultado de disputas políticas e movimentos de legitimação social, instaurando modos de organização que se traduziu no campo discursivo, como também no jurídico, político e institucionais, influenciando as dinâmicas de ação coletiva das organizações sociais com atuação no meio rural (SCHMITT et al, 2017, p. 76).

Não diferente do Brasil e dos países da América Latina, a trajetória da agroecologia no Uruguai se vincula desde o seu início a uma postura crítica ao modelo neoliberal e ao

capitalismo produtivista agrário - que como já sabemos, ainda determina severas consequências ambientais, sociais e econômicas - e a construção do pensamento alternativo. Influenciada pela lógica do segundo regime alimentar (fundado na construção do modo complexo agroindustrial de grãos de baixo custo, mas ecologicamente insustentável e de trabalho assalariado), a agricultura no Uruguai foi desenvolvida por um perfil convencional com sementes próprias e baixa utilização de insumos externos até a década de 1950 e princípios dos anos de 1960. De tal modo, historicamente, o país, através das Escolas Agrárias e da Faculdade de Agronomia junto a centros de investigação e extensão, difundiu o “pacote verde” tecnológico da Revolução Verde, que inclui fertilizantes químicos, agrotóxicos, sementes híbridas e maquinário de alta potência. As ideias vendidas por este contexto, estavam baseadas na substituição do atrasado e da baixa produção, pela opção “moderna”, “científica” e de ponta. Essas iniciativas “desenvolvimentistas”, segundo observam Venturini e Ugón (2007) tinham como objetivo vender ao produtor a ideia de que estas novas tecnologias não só produziram mais e melhor, como o modelo anterior não era viável. Posteriormente, essas ideias serão revistas devido aos primeiros impactos sociais, ambientais e econômicos que estes pacotes verdes estavam provocando.

O contexto uruguaio, ainda possui essencialmente um modelo industrializado de agricultura e suas versões de impactos negativos: uso de insumos, concentração de meios de produção voltados para a pecuária extensiva e a segregação da agricultura familiar. Simultaneamente, o país possui excelentes condições para produzir alimentos naturalmente, já que a maioria dos bovinos e dos ovinos se alimentam de pastos naturais e a contaminação não é tão grave frente a outros países. Para tanto, o país busca mudar seu futuro ao impulsionar e apoiar a produção agroecológica. Atualmente, o Uruguai propõe a transição agroecológica, edificando opções de desenvolvimento sustentável, e impulsionando a construção de um *Plan Nacional de Agroecología*. Os protagonistas que impulsionam este cenário são os mesmos: agricultores, agricultoras, estudantes, docentes universitários e Organizações não governamentais e consumidores. Estes atores sociais são importantes na resistência, na pesquisa, na construção alternativa, colaborando a manter um compromisso político, social, ecológico - como também, produtivo, técnico e ético, na construção de sustentabilidade dos sistemas agroalimentar.

Historicamente, as primeiras práticas agrícolas no Uruguai vão surgir com a colonização espanhola no século XVIII. Primeiramente com a chegada de agricultores das Ilhas Canárias, e depois da Península. Dentre seus descendentes, o presbiteriano Juan Manuel Pérez Castellano foi o precursor de uma produção de alimentos orgânicos, praticada por 40 anos em sua chácara, perto da capital Montevideu. Sua experiência foi registrada em um manual para que outros agricultores pudessem praticá-la. Não diferentemente de outros países da região, experiências como esta foram consideradas atrasadas pelos técnicos que impulsionaram a Revolução Verde, a partir dos anos de 1950 com o objetivo declarado de “acabar com a fome” e de pacotes tecnológicos composto por sementes “melhoradas”, agrotóxicos para combater as pragas e doenças. Segundo os dados apresentados por Venturini e Ugón (2007), se calcula que em 1980 27% das sementes no conjunto dos países em desenvolvimento correspondiam as novas variedades, porém na América Latina esse percentual era de 44%, e na África era só de 9%. Como já sabemos, esse modelo não acabou a fome no mundo, como contaminou/contamina solos e água, destruí práticas agrícolas tradicionais e expulsou muitos agricultores de suas terras para os cinturões de miséria das cidades. Este pequeno trecho e relevante processo histórico da agricultura no Uruguai nos encaminha até o momento presente, e nos induz a refletir sobre como é possível e necessária uma agricultura ambientalmente sustentável, pensamento que conduz muitos agricultores uruguaios aderirem a concepção de agroecologia. Sobre isso, segundo a coordenadora María Isabel Cárcamo, do Centro Regional para América Latina e Caribe (RAP – AL Uruguai) do *Pesticide Action Network* (PAN) o Uruguai atualmente vive uma encruzilhada, onde se vê a escolher entre uma soberania alimentar ou dependência; alimentos saudáveis ou transgênicos; produtores familiares ou agronegócio; entre reforma agrária ou latifúndio, ou seja, uma produção ambientalmente sustentável e socialmente equitativa ou um modelo agroindustrial, que ao longo do tempo já tem demonstrado ser social e ambientalmente destrutivo.

O Uruguai é um país que tem excelentes condições de produzir alimentos naturalmente. Pude comprová-lo durante minha estadia de seis meses no país, ao saborear a comida local, em especial a carne bovina. O gado e o ovino no país se alimentam em pradarias naturais, e a contaminação não é tão grave frente a outros países do mundo. Entretanto, no período atual, experiências de cadeias curtas de alimentos orgânicos, como feiras agroecológicas são tímidas no país, e em especial na capital em Montevideu, onde só foi observada (vista) a popular feira de *Tristán Narvaja*, sediada no bairro Cordón, na rua Tristán Narvaja, que ocorre todos os

domingos. São vendidas antiguidades, objetos de coleção e peças *vintages*, roupas, plantas, artesanatos, como frutas, verduras, queijos artesanais de produção nacional, e raízes como a macaxeira, advindas do Brasil.

Fotografias 1,2,3 e 4: Feira de *Tristán Narvaja*, em Montevideú, Uruguai.



Fonte: AUTORA, 2018.

A literatura, assinala para o funcionamento da feira de produtos ecológicos no Parque Rodó, uma iniciativa do grupo de produtores de Colônia Valdense apoiados por CEUTA e Centro Emmanuel. Contudo, mesmo com idas ao local quase todo o período que estive na capital, não pude presenciar o funcionamento da feira. A relevância desta feira, dizer respeito em ser o primeiro espaço de venda exclusiva de produtos orgânicos, que somou a presença de produtores e o sistema de venda direta (VENTURIN; UGÓN, 2007).

Fotografias 5 e 6: Feira orgânica localizada no Parque Rodó, Montevidéu (Venturin; Ugón, 2007).



Fonte: *Agricultura agroecológica-orgânica en el Uruguay*, 2007.

Neste sentido, o país tem historicamente duas formas de produção agropecuárias: de um lado a pecuária de extensão de pastos naturais e empresas agrícolas dedicadas a exportação; e de outro, agricultura familiar, orientada ao mercado interno ou vinculada a cadeias de exportação.

Com uma área agropecuária de 16,4 milhões de hectares e 3 milhões de habitantes, e com uma população urbana de 95% e rural de 5% (que dependem da atividade rural) (VENTURINI & UGÓN, 2007), a base econômica do país é fundamentalmente agroexportadora, com 75% de bens como carne, grãos e leite exportados. O país possui um setor agropecuário que representa 8% do Produto Interno Bruto (PIB), e se somado as agroindústrias chegam a 12% (SANTOS & PERAZZOLLI, 2015). Do ponto de vista do uso do solo, 78% é dedicado a pecuária, em sua maior parte em manejo extensivo de pastos naturais. A agricultura de grãos (soja) colabora para este cenário com um crescimento de 120%. Compondo este “exitoso” crescimento econômico, temos um contexto de impactos sociais e ambientais. De acordo com os autores Santos e Perazzolli (2015) no Uruguai se perdem 1.100 agricultores/ano, acumulando 40.000 explorações a menos desde a década de 1950 até os anos de 2011. É dizer, que se produz um processo de concentração e aumento do preço da terra, despovoamento e emigração até as zonas urbanas, em um país, como vimos acima, como uma baixa proporção da população rural. Atualmente, o percentual de agricultores familiares representam o total de 61,1%, e ocupam 14% da área agropecuária, e 55% das explorações entre 1 e 99 hectares. Enquanto 9% das explorações são superiores a 1000 hectares, e acumulam mais de 61,3% da superfície (DIEA-MGAP, 2014). Esses dados mostram a grande concentração de terra que existe no Uruguai.

A agroecologia no Uruguai tem suas primeiras menções no ano de 1939, em uma publicação da Associação de Engenheiros do Uruguai. Neste documento a agroecologia se apresenta, segundo Santos e Perazzolli (2015) como uma ciência multidisciplinar, particularmente no que se respeita a todos os fatores que influenciam no desenvolvimento e êxito dos cultivos. Além disso, afirmava que os estudos agroecológicos deveriam incluir não somente aspectos do ambiente agrícola-natural, como também aspectos sociais e econômicos determinantes da produção (SANTOS & PERAZZOLLI, 2015, pág. 106). O agrônomo russo Besin considerava que os desenhos agroecológicos dependem de uma lógica particular do produtor rural, destacando sua personalidade, educação, energia e caráter. Esses elementos configuravam o caráter evolutivo dos sistemas agrários, do saber empírico, que junto ao saber científico multidisciplinar, nasceria um diálogo chave de saberes. Essa conjuntura sinalizava para uma resistência frente a revolução verde, ao mesmo tempo que oferecia uma opção de desenvolvimento agrícola a partir da agroecologia.

Ainda assim, nas décadas seguintes a Revolução Verde e seus pacotes verdes conseguiram resistir assumindo o papel principal na agronomia, e em parte na agricultura familiar patronal. Apesar disso, nos anos posteriores, precisamente em 1980 a agroecologia e a produção orgânica se consagraram, com o impulso de um pequeno grupo de docentes e estudantes da Faculdade de Agronomia, da Universidade da República (1987 – 1988) (GÓMEZ, 1998). Estes grupos promoveram posicionamentos vinculados a gestão dos agrossistemas baseados nos princípios ecológicos e de conservação (GÓMEZ, 1998). No final dos anos 1980, a publicação do livro “Agroecologia: Bases Científicas da Agricultura Alternativa”, de Miguel Altieri, teve grande impacto na América Latina, dando respaldo e sustento científico a agroecologia. Já na década de 1990, dar-se início a implementação de sistemas alternativos, com menor uso de insumos externos, mantendo e resgatando as sementes crioulas e nativas.

Na linha do tempo - anos 1980 aos dias atuais - das ações voltadas a legitimação da agroecologia e da produção dos alimentos orgânicos, é perceptível o esforço das ONG's, da Universidade, dos agricultores e agricultoras. Neste caminho, criou-se a Mesa de Agroecologia, a Associação dos produtores orgânicos do Uruguai, a Rede de Agroecologia e atividades promovidas por diferentes atores e lugares do país. Esses grupos constituem um esforço comum, que resultam em etapas frutíferas para implementar e discutir práticas, experiências e capacitações em torno da agroecologia. A exemplo de: desenhos de hortas incorporando plantas

medicinais e aromáticas com aplicação de tecnologias apropriadas e instalação de granjas orgânicas, ambas direcionadas a trabalhadores rurais e setores campesinos.

O papel das organizações sociais foi e é importante para as ações que tentam legitimar a agroecologia no Uruguai. Igualmente, o surgimento de estratégias e maior articulação com os movimentos sociais e setores vinculados a produção, consumo e comercialização de produtos orgânicos contribuem para a abertura da elaboração de políticas públicas (mesmo esse sendo um dos maiores desafios da luta). Neste sentido, Venturini e Ugón (2007) construíram uma linha do tempo com as principais ações em Agroecologia realizado pelas organizações sociais. A cronologia nos ajuda a compreender como se deu/dá a evolução de uma série de ações que resultaram na criação de várias entidades, planos, associações. Abaixo apresentaremos uma tabela com as principais organizações sociais e suas ações para a legitimação da agroecologia e a produção orgânica no Uruguai.

Tabela 2. Principais organizações sociais para a legitimação da agroecologia e a produção orgânica no Uruguai.

(continua)

ANO	ACONTECIMENTO
1985	Surgimento do Centro Uruguaio de Tecnologias Apropriadas (CEUTA ⁴³); Redes – Amigos da Terra; Instituto de Promoção Econômico Social do Uruguai (IPRU); Foro Juvenil; Caritas, Centro Emmanuel; Grupo de Estudos sobre a condição da Mulher no Uruguai (GRECMU).
1989	Empresários agrícolas vinculados a Associação Rural do Uruguai se interessam pela produção orgânica.
1990	Criação da Mesa de Agroecologia, antes integrada a Caritas, Centro Emmanuel; Grupo de Estudos sobre a condição da Mulher no Uruguai (GRECMU). Crescimento de produtores
1992	A Mesa de Agroecologia integra o Movimento Agroecológico Latino-americano (MAELA).

⁴³ Para saber mais acessar <https://www.ceuta.org.uy/>.

Tabela 2. Principais organizações sociais para a legitimação da agroecologia e a produção orgânica no Uruguai.

(conclusão)

ANO	ACONTECIMENTO
1993	Apresentação da proposta de normas acordadas pelas ONG's da Mesa de Agroecologia; Realização do seminário sobre Comercialização e Certificação de Produtos da Agricultura Ecológica organizado por CEUTA e Redes, em Montevideú; é formada a URUCERT, certificadora de produtos orgânicos; o Centro de Estudos, Análises e Documentação do Uruguai (CEADU) junto ao grupo <i>Punto Verde</i> colocam produtos orgânicos nos supermercados de Montevideú.
1994	Primeiro Congresso de Agricultura Orgânica promovido pelo CEADU; Criação e funcionamento da Feira de Produtos ecológicos do Parque Rodó.
1996	Em Montevideú, acontece o Simpósio sobre “Produção e Comercialização de Produtos Ecológicos”, reunindo produtores e técnicos do Chile, Argentina, Paraguai, Brasil e Uruguai.
1997	Se constitui a Associação de Produtores Orgânicos do Uruguai (APODU).
2000	Surgem experiência de agricultura urbana, a princípio de auto-gestão, e logo em seguida recebem o apoio da Prefeitura de Montevideú com um Programa de Agricultura Urbana e da Universidade da República, com seu Programa de Produção de Alimentos e Organização Comunitária. O desenvolvimento dessas hortas foi com princípios agroecológicos.
2003	Movimento Uruguai Orgânico (MUO), uma organização civil sem fins lucrativos, com o objetivo de promover a produção orgânica como estratégia de desenvolvimento sustentável no país.
2004	Surge a Rede de Sementes Crioula e Nativas.
2005	Se forma a Rede de Agroecologia do Uruguai. Neste período o apoio de diversas áreas da sociedade como nutricionistas, cozinheiros, educadores vincula a temática do consumo ao enfoque agroecológico através da demanda de alimentos saudáveis e modos de produção sustentáveis.
2010	A partir deste ano os elementos centrais da agroecologia se caracterizam por um cooptação e resistência. Os discursos sobre sustentabilidade ressignificam a resistência dos grupos críticos ao paradigma da agricultura industrial. Este contexto permitiu emergir estratégias superadoras baseadas na busca de maior articulação com os movimentos sociais e setores vinculados a produção, consumo e comercialização para gerar estratégias de transformação.
2015	Proposta do Plano Nacional de Agroecologia

Elaboração: elaborado pela autora, 2019.

Como podemos perceber na tabela acima, a formação de instituições, seminários e congressos com foco em uma agricultura agroecológica e orgânica, com forte preocupação ambiental e social, impulsionaram distintos atores na construção de um *Plan Nacional de Agroecología (PNA)*⁴⁴. No ano de 2015, um conjunto de organizações (*Red de Semilla Criollas y nativas; Red de Agroecología del Uruguay; Sociedad Científica Latinoamericana de Agroecología*) decidem trabalhar conjuntamente na elaboração de uma proposta para a implantação deste plano (PLAN AGROECOLOGÍA, 2019). Segundo o PNA, as forças que impulsionam a opção agroecológica e justificam um processo de transição que assegure a condição do Uruguai produzir alimentos com mais sustentabilidade são: desenvolvimento de sistemas produtivos agroecológicos ou orgânicos em propriedade familiares que comercializam em feiras locais e cestas, a grandes áreas, conservação e reprodução sementes de variedades crioulas e nativas, a defesa da qualidade de vida e dos ecossistemas de diversos grupos sociais, e a demanda dos consumidores por produtos inócuos e com baixo impacto ambiental (PNA, 2019).

Neste contexto, o PNA tem grande apoio da Universidade da República (UDELAR), produtores familiares, assalariados rurais, docentes e investigadores, consumidores agroecológicos e cidadãos uruguaios. Com este apoio, o PNA ganhou força, e derivou na elaboração de uma proposta da Lei 19.717 (promulgada no dia 21 de dezembro de 2018 e regulamentada pelo Decreto 159/019, 21 de junho de 2019) – *Plan Nacional para el Fomento de la Producción com Bases Agroecológicas*. O projeto de lei entregue ao presidente da Câmara dos Senadores, Sr. Raúl Sendic, diz que “*el presente Proyecto de Ley tiene como objeto declarar de interés nacional el fomento de sistemas de producción, distribución y consumo de productos de base agroecológica y crear una comisión honoraria nacional*⁴⁵ *como marco institucional procedente para la realización de un plan de desarrollo integral*” (PROJETO DE LEI, 2016).

⁴⁴ Para saber mais do Plano Nacional de Agroecologia acessar <https://planagroecologia.uy/objetivos/>.

⁴⁵ No dia 6 de setembro de 2019 aconteceu a primeira sessão da Comissão Honoraria do PNA, presidida pelo Diretor Geral de Desenvolvimento Rural do Ministério da Pecuária, Agricultura e Pesca (MGAP), José Olascoaga. Participaram integrantes da Rede de Sementes do Uruguai, a Rede de Hortas Comunitárias, a Comissão Nacional de Fomento Rural (CNFR), a Associação de Fruticultores de Produção Integrada (AFRUPI) e a Rede de Agroecologia do Uruguai. Para saber mais: <https://www.ceuta.org.uy/noticia/407/primera-sesia%C2%B3n-de-la-comisia%C2%B3n-honoraria-del-plan-nacional-de-agroecologia%C2%ADa>

Figura 7. Elementos que compõem o Plano Nacional de Agroecologia



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA, 2019.

A lógica do plano é também tentar reforçar a prática da agricultura orgânica com base agroecológica, visto que muito da agricultura orgânica que se realiza no país não é agroecológica. Esta afirmação é sustentada pela realidade de que algumas áreas produtivas no país, se produz sem agrotóxicos, entretanto, o enfoque é similar ao da agricultura convencional, quer dizer, substitui o uso de insumos, mas continua a prática do monocultivo, com o uso excessivo do solo, deixando muito reduzida a diversidade produtiva. Esta realidade é exemplificada pelos autores Venturini e Ugón (2007) com a carne orgânica uruguaia, que atende as normas e requisitos estabelecidos pelas certificadoras, e são dirigidas ao mercado europeu e norte-americano. Apesar disso, a carne assume um perfil elitista, em que só tem acesso consumidores de alto poder econômico e é comercializada em mercados de cadeias longas, o que contrasta com os princípios agroecológicos, que defende a produção e o consumo pela comunidade local.

Por fim, atualmente o grande desafio do Uruguai é a elaboração de Políticas Públicas integrais, que permitam o desenvolvimento de alternativas no lugar de um modelo de desenvolvimento agropecuário que enfrenta sérios problemas de insustentabilidade. Cada vez mais, a agroecologia começa a ocupar o seu lugar nos discursos de organizações nacional e internacionais, válida para orientar o manejo de agrossistemas desde a perspectiva da sustentabilidade em suas diversas dimensões. Além disso, fornece ferramentas para o desenvolvimento de produtores familiares, que se encontram excluídos do sistema

convencional de produção. Hoje, o grande desafio é manter-se resistente, e manter a proposta agroecológica em diferentes espaços do sistema alimentar.

3 RELAÇÃO FACE TO FACE (SHORT FOOD): RECIPROCIDADE, CADEIAS CURTAS DE ALIMENTOS (CCAS) E A FORMAÇÃO DE UM ESPAÇO DE RECIPROCIDADE

Objetivamos, neste capítulo, apresentar a teoria da reciprocidade e suas estruturas - e o seu debate através de diversos autores,- como instrumento para a compreensão das práticas de doação, recepção, distribuição entre atores sociais; assim como circulação de bens. Verificamos neste ponto do debate as contribuições desta teoria na agricultura familiar, nas relações face to face nas cadeias curtas de alimentos e a construção social do valor-confiança entre os atores sociais.

3.1 UTILITARISMO À TEORIA DA RECIPROCIDADE: ASPECTOS GERAIS DO DEBATE

As escolhas de cada um de nós são efetivamente direcionadas pelas estruturas sociais, pelos modelos culturais dominantes, pelo contexto institucional, pela infraestrutura, pela tecnologia e pelos mercados. Todos estes contextos estão interconectados. A partir disso, passei a refletir sobre como a dinâmica econômica atua com frequência no cotidiano das pessoas. É evidente o quanto é difícil a mudança nos padrões de consumo em uma sociedade regida e sensível a lógica econômica.

Por que restringir ao econômico a formação de vínculos sociais em nossa sociedade? Este questionamento surge a partir da tese que defendo aqui: a relação entre produtores e consumidores no espaço da feira é nutrida (também) pelo *valor-confiança*, resultando desta forma, na formação de um *espaço de reciprocidade* onde bens e valores não econômicos circulam. É dizer que, não somente a relação de troca mercantil permeia a relação interpessoal, mas algo a mais contribui para essa dinâmica entre indivíduos. Então, o que faz os indivíduos acreditarem na dádiva, superando a lógica econômica da lógica utilitarista? A todo momento falamos de crise, seja ela econômica, pessoal, social, cultural, ambiental ou política. Caímos na rede - ou somos condicionados a ela, na tentação de resolver todos estes problemas sob o ponto de vista econômico e da supremacia do mercado. Desse ponto de vista, devemos abandonar “a crença no determinismo econômico” ou da teoria econômica neoclássica, como única fonte da resolução de problemas e/ou para explicar as relações sociais. No lugar disso, podemos nos debruçar sobre a Sociologia da Dádiva e na teoria da reciprocidade, para nos direcionar para além do mercado e do dinheiro, e apontar para outra dimensão do social, que forma os três momentos da reciprocidade defendida por Mauss – dar, receber e retribuir. Muitas sociedades

primitivas se movimentaram por outros parâmetros que tomavam o lugar do econômico – à exemplo do estudo antropológico de Bronislaw Malinowisk, nas Ilhas *Trobiand*, na Nova Guiné Melanésia, quando estudou o *Kula*⁴⁶ - elos de reciprocidade que unem os trobiandeses - forma arquetípica do sistema de dádiva. Contrariamente ao que se tende a pensar, essas sociedades “simples” mantinham uma estrutura social desenvolvida, que segundo Gaiger (2016, p. 70) mantinham “uma vida econômica que ultrapassava fronteiras e dialetos, com um comércio considerável em que dádivas ofertadas e retribuídas tomavam o lugar da compra e venda”. Ainda sobre isto, o autor diz:

A troca de presentes visa, em primeiro lugar, transportar os ofertantes para além de sua presença física. Tais objetos encarnam e representam pessoas e comunidades, estabelecendo o *vínculo de almas* entre os participantes do ciclo dádiva, que transmuta nas propriedades espirituais e encantatórias dos objetos que circulam (GAIGER, 2016, p. 71).

Nisso consiste meu propósito neste capítulo: visualizar os vínculos sociais no espaço da feira agroecológica de Casa Forte por um ângulo distinto, no qual outro sistema de vida é possível, fincados na defesa de valores de solidariedade e no mantimento das relações sociais, e formas não mercantis e não utilitaristas. A solução não está no econômico, as relações sociais não repousam apenas em bens materiais, mas em outros mecanismos simbólicos que as sustentam. Gaiger (2016) vai dizer que as sociedades antigas cultivavam e estabeleciam vínculos mútuos, mesmo estando sujeitos a perdê-la ou revogá-la, mas devendo antes empenhar-se para seu êxito e perpetuidade. Para sustentar este argumento, buscaremos reforços no mecanismo da dádiva (à arte de ofertar e dar antes de receber) e na teoria da Reciprocidade, e naqueles que vem atualizando seu entendimento nos tempos modernos, em especial Alain Caillé, Paulo H. Martins e Luiz Inácio Gaiger. Entretanto, isso só será possível se buscarmos em um autor de primeira importância: Marcel Mauss (veremos mais adiante).

Para fins de compreensão e exposição, principalmente didáticos, podemos inicialmente falar sobre a noção de ação coletiva e sua relevância para pensarmos as relações de reciprocidade, pois pode ser compreendida como o esforço de um conjunto de pessoas para atingir um objetivo comum. Segundo o sociólogo francês Raymond Boudon (1990), pode-se

⁴⁶ O estudo de Malinowisk (1884 – 1942) sobre o *Kula* pode ser visto na sua principal obra “Os Argonautas do Pacífico Ocidental” (1922). A obra é o relato da pesquisa de campo do autor, entre 1914 e 1918 nas Ilhas Trobriand, inaugurando um novo método de trabalho de campo: a etnografia. A ideia principal do livro é mostrar, através da visão antropológica, como acontece o *kula* - sistema de trocas circular, místico e sem noção de posse permanente, que influencia a vida e as instituições dos nativos em sua quase totalidade (MALINOWSKI, 1978).

também compreendê-la como uma ação comum que visa atingir fins partilhados. Partindo destas duas definições, Schmitz e colaboradores (2016) propõe dois aspectos da ação coletiva: fundamentalmente a ação coletiva pode representar uma cooperação a longo prazo, como em uma empresa que reúne diferentes indivíduos com interesses diferentes e até divergentes; ao mesmo tempo que a ação coletiva tem a intenção de resolver uma causa pontual, e que para isso não necessita da existência anterior de uma união profunda, de um laço de confiança ou de um alinhamento ideológico. Este último aspecto restringe a teoria da ação social para nossos propósitos de análise pois indica que para além da existência de um interesse comum, a ação coletiva carece de elementos estruturantes que permitam aos participantes se engajarem. Mancur Olson (1965) apresenta a ideia da “escolha racional” que tenta esclarecer os fenômenos sociais à luz da preferência de indivíduos racionais. Para ele estes indivíduos seguem a lógica utilitarista da relação custo-benefício, na tentativa de maximizar a satisfação dessa preferência. A argumentação de Olson (1965) parte de uma lógica econômica e está baseada no pensamento de uma análise quantitativa deste custo-benefício entre o “investimento” necessário para o alcance de um bem, o benefício recebido, ou como um indicador de satisfação das preferências do indivíduo.

O Utilitarismo pode ser considerado como uma escola filosófica pioneira na Inglaterra, tendo como seu principal fundador e mentor Jeremy Bentham (1748-1832). Com a tese de “somente a utilidade ser a soberana das ações humanas”, a premissa do Utilitarismo incide sobre o comportamento dos indivíduos, em que este só poderia ser julgado senão do enfoque das vantagens que ocasiona seu bem-estar e, na soma desses proveitos para o conjunto de indivíduos de uma dada comunidade. O bem-estar do indivíduo tem grande relevância e é a única coisa que conta na avaliação de suas preferências. Segundo Jeremy Bentham (1907 *apud* Gaiger, 2016), o sentido da utilidade entende-se aquela propriedade de qualquer objeto por meio da qual ele tende a produzir benefício, vantagem, prazer, bem ou felicidade para impedir a ocorrência de dano, dor, mal ou infelicidade para a parte cujo interesse seja considerado: a felicidade da comunidade ou a felicidade do indivíduo. Depois, a utilidade ganhou um caráter mais genérico, definido como um indicador de satisfação das preferências do indivíduo. Tal satisfação, de prazer ou não, deve decorrer de uma escolha real ou idealizada. Neste sentido, a tarefa consiste em satisfazer ao máximo as preferências racionalmente estabelecidas. Igualmente,

para maior parte dos economistas, e para quase todos os sociólogos, o utilitarismo estabelece: a) que os homens são ou devem ser considerados como indivíduos, separados e mutuamente indiferentes, não podendo, por natureza, buscar algo além de

sua própria felicidade ou de seu próprio interesse; b) que é bom e legítimo que assim o seja, pois esse é o único objetivo racional oferecido aos seres humanos; c)enfim, que os indivíduos buscam essa satisfação de seu próprio interesse ou deveriam buscá-la racionalmente, maximizando seu prazeres (ou ainda, sua utilidade, suas preferências) e minimizando suas dificuldades (ou sua falta de utilidade) (CAILLÉ, 2009: p. 17).

Sobre esse individualismo, este mesmo autor enfatiza que o Utilitarismo vive uma contradição: do ponto de vista teórico, enxerga os indivíduos como calculadoras racionais, desprezando o fato que esta racionalidade é limitada (CAILLÉ, 2009). Ao mesmo tempo, normativamente, qualifica como bom o que leva a felicidade o maior número de pessoas, da realização das suas utilidades (GAIGER, 2016). Por essa linha de pensamento, o indivíduo deve ser soberano no uso da sua liberdade, o que é do seu interesse, o que lhe faz bem, o que lhe útil. Todos estes pontos ganham força quando se entrelaçam com o discurso sobre o mundo social mais digno “de crédito em uma sociedade disposta a utilizar o motor da razão para acelerar nos trilhos do progresso” (GAIGER, 2016, p. 28). Em tempos atuais, é inevitável não embutir características utilitárias – ou individuais e empreendedoras, a quem esteja no circuito de produção e distribuição de riqueza. Da mesma forma, passando a considerar a riqueza como sinônimo da felicidade ou meio preferencial para atingi-la. O utilitarismo seja em sua forma mais ampla ou *stricto sensu*, faz um esforço para pensar os fundamentos da sociedade dos indivíduos, no entanto, se confunde se deve pensar de um ponto de vista dos próprios indivíduos ou do ponto de vista da totalidade que eles formam (CAILLÉ, 2001). Partindo desta bipolaridade teórica e normativa, entre um momento egocêntrico e um momento holístico, de acordo com Caillé (2001), o Utilitarismo para ir mais longe deveria seguir uma terceira via:

“uma via intermédia, que evite apresentar os indivíduos como simples produtos, diretos e mecânicos, da totalidade, ou, ao invés, a totalidade como produto simples, direto ou indireto, dos cálculos individuais” (CAILLÉ, 2001, p. 46).

Seguindo por este caminho, segundo Schmitz (et al, 2016) o que vai diferir a teoria do comportamento racional da Teoria da Reciprocidade é o sentido que as pessoas atribuem a sua conduta. A soma dessas condutas, na concepção de Schutz (1979), é compreendida como relacionamento social, conforme um contexto de significado que se dirige e orienta as outras pessoas. A conduta humana é considerada ação, ainda de acordo com este autor, à medida que o indivíduo que age atribui à ação um significado, isso lhe dá uma direção que pode ser também significativa (SCHUTZ, 1979)⁴⁷. É importante compreender que a Teoria da Reciprocidade vai

⁴⁷ Torna-se primordial no estudo da ação social o “sentido” ou a compreensão que a ação tem para aquele que a executa, para aquele(s) com quem este interage e para aquele que o(s) observa. É de interesse ressaltar que a “ação” é atribuir significado somente a conduta individual, enquanto a “ação social” é entender subjetivamente o

além da tese da escolha racional, uma vez que esta desconsidera a influência de outros aspectos (não permeados pela lógica do custo-benefício) que orientam a ação humana. De fato, são necessárias perspectivas teóricas que vão além do comportamento racional entre indivíduos (SCHMITZ et al, 2016) para se entender a natureza de fenômenos interpessoais nas feiras agroecológicas, por exemplo. Embora a ação coletiva tenha suas contribuições para se pensar nas relações sociais em organizações formais, para esta pesquisa, se faz importante superar a abordagem Utilitarista que parte da maximização de benefícios a curto prazo. De maneira geral, identifica-se a relevância da reciprocidade para explicar outros tipos de relações sociais que não se fortalecem unicamente pela troca econômica, como por exemplo, a “cara a cara”, centro das nossas atenções. Logo, trazendo para os tempos atuais, a perspectiva Utilitarista defende que os brilhantes avanços tecnológicos e da ciência permitiriam ao indivíduo realizar de imediato seus interesses próprios (assim como ordenam o universo do *coaching*). Já conhecemos os efeitos desta racionalidade: o indivíduo é cada vez mais pressionado a produzir, e o efeito desta ação (positiva ou negativa) recair diretamente na sua existência e na sua produtividade, pois ele é responsável direto pela sua realização social e profissional. E por que não pensar outra via, assim como fizeram nossos antecessores (que nada tem a ver com a racionalidade orientada pelo interesse próprio)? Por que não pensar um caminho que não seja o de domínio e manipulação? Veremos adiante.

3.1.1 Da Dádiva à questão da Reciprocidade: Marcel Mauss

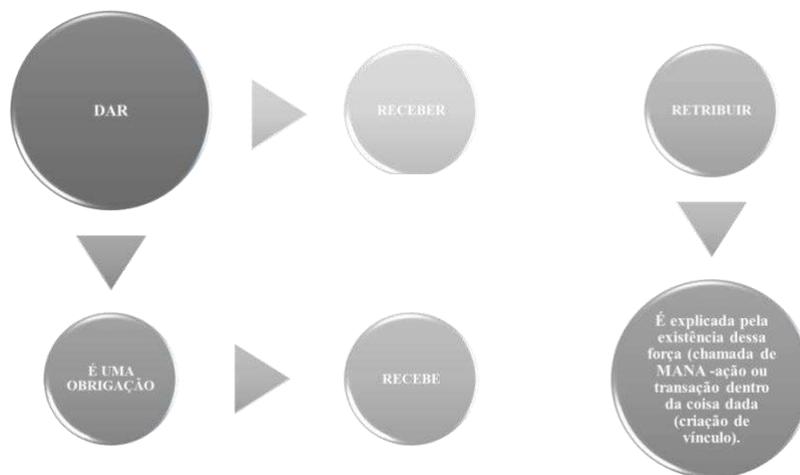
A Teoria da Reciprocidade prevalece em nossos estudos porque é baseada também em valores como reputação, amizade e confiança. Estas questões começaram a tomar força a partir da teoria da Dádiva de Marcel Mauss (já mencionada anteriormente), porém serão apenas com outros teóricos que este debate ganhará força na perspectiva da agricultura familiar. O *Ensaio sobre a dádiva* (2013), do antropólogo Mauss, pode ser apontada como uma das primeiras aproximações ao estudo da reciprocidade. Nos seus estudos sobre a *teoria da dádiva*, Mauss descobre a tríplice obrigação de dar, receber e retribuir.

A dádiva não é angelical. O termo dádiva é recorrentemente vinculado a ideia canônica cristã, principalmente no Brasil, no entanto, para Mauss “a dádiva é uma lógica organizativa do

significado da ação do indivíduo e a do “outro”, portanto, o significado subjetivo da ação humana é revelado pelo próprio ator que atribui à sua conduta (SCHUTZ, 1979).

social que tem caráter universalizante e que não poder ser reduzida a aspectos particulares como aqueles religiosos e econômicos” (MARTINS, 2019, p. 38). Nos seus estudos sobre a Teoria da Dádiva, Mauss descobre a tríplice obrigação de dar, receber e retribuir. Com efeito, “este sistema, que se expande ou se retrai a partir desta tríplice obrigação coletiva de doação, de recebimento e devolução de bens simbólicos e materiais, é conhecido como dom ou dádiva (MARTINS, 2019, p. 38-39). Segundo Mauss, a dádiva é o oposto da troca mercantil e, paradoxalmente, procura nela a origem na troca (ou do intercâmbio). Para ele a essência da reciprocidade é com o caráter universal da tríplice obrigação de “dar, receber e retribuir” (SABOURIN, 2008). Para Lévi-Strauss, a troca algumas vezes é recíproca porque de fato, satisfaz o interesse de cada parceiro. Neste sentido, em que a troca difere da reciprocidade? Na ilustração (3.1.) abaixo é representado como funciona o sistema da dádiva. Nela percebemos que a reciprocidade implica na preocupação pelo outro para estabelecer o MANA, para produzir valores afetivos ou éticos como a paz, a confiança, a amizade e a compreensão mútua. A partir disso, Lévi-Strauss acreditava ter encontrado nas sociedades antigas uns dos alicerces humanos sobre os quais são construídas a sociedade.

Esquema 1: Esquema representando o sistema da dádiva: dar, receber, retribuir (OLIVEIRA, 2019).



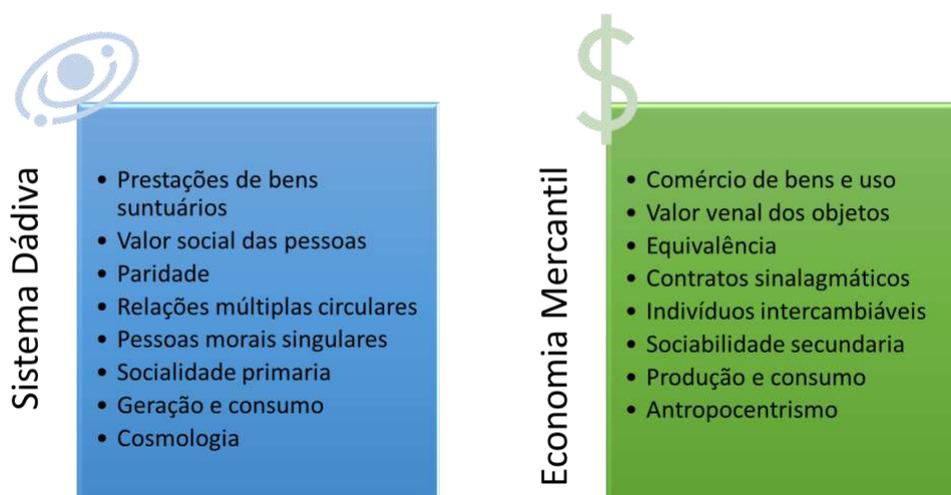
Fonte: ELABORADO PELA AUTORA, 2018.

Para Mauss (2013), dar é uma obrigação que exige um contra dom. Este debate, contudo, levanta controvérsias à medida que coloca questões como a de saber: sob que condições se articulam generosidade e obrigação? Como lidar com situações em que os indivíduos dizem ser generosos e preocupados com o bem-estar alheio, quando na verdade estão atuando de acordo

com seus próprios interesses e de forma calculada? O dom seria para muitos uma ação motivada por interesse pessoal e para outros mera obrigação de agir. Allan Caillé na obra “Antropologia do Dom” (2002) explica que o interesse (ou o desinteresse) ou a obrigação (e a liberdade) não são motivos contraditórios da ação, mas oposições complementares que revelam a complexidade do agir humano. Já para Martins (2019) a obrigação do dom aparece necessariamente como um fenômeno total e atravessa a totalidade da vida social tendo em vista que, tudo aquilo que participa da vida humana, sejam bens materiais ou simples gestos, têm relevância para a produção da sociedade.

Por esta via, na concepção de Mauss, seja nas sociedades tradicionais ou complexas, é possível ver a presença constante de um sistema de reciprocidade de caráter interpessoal (MARTINS, 2019). Mauss não usa claramente o termo reciprocidade na sua discussão sobre o dom, no entanto quando ele fala da obrigação da retribuição, ele está afirmando o valor da reciprocidade na organização do contrato social. Ele afirma que este tipo de dádiva se diferencia da troca mercantil na medida em que associa uma moral, um valor ético, com a transação econômica. Uma vez compreendido o sentido da dádiva, é interessante contrastá-la com as categorias e traços marcantes do nosso ambiente mercantil, como é possível verificar na figura 8:

Figura 8. A atmosfera da dádiva contrastada ao ambiente mercantil



Fonte: GAIGER, 2016.

Igualmente, nessas prestações existem misturas entre almas e coisas, entre riquezas materiais e espirituais (o espírito da dádiva ou *mana*)⁴⁸. Neste sentido, Mauss (2013) diferencia as dádivas de presentes, bens e símbolos da troca econômica. Contudo, para o autor, não são os indivíduos, mas as coletividades que mantêm obrigações de prestações recíprocas mediante os grupos familiares, comunitários ou mediante seus chefes. Reconhecer os feitos notáveis da dádiva, é compreendê-la:

Como o sistema de trocas básico da vida social permitindo romper com o modelo dicotômico típico da modernidade, pelo qual a sociedade ou seria fruto de uma ação planificadora do Estado ou do movimento fluente do mercado. O entendimento do sentido sociológico da dádiva quebra essa dicotomia para introduzir a ideia da ação social como “inter-ação”, como movimento circular acionado pela força do bem (simbólico ou material) dado, recebido e retribuído, o qual interfere diretamente tanto na distribuição dos lugares dos membros do grupo social como nas modalidades de reconhecimento, inclusão e prestígio (MARTINS, 2019, p. 40).

Embora as contribuições de Mauss tenham um peso significativo para esta investigação, ela não seria suficiente para analisar o sistema de trocas entre os atores sociais da feira em questão. Daí em diante, tomamos como referência os aportes teóricos de Dominique Temple e Eric Sabourin para uma explicação renovada da Teoria da Reciprocidade, mais similar aos propósitos desta pesquisa em andamento dando conta explicitamente das trocas entre indivíduos e a formação de vínculos sociais.

3.1.2 As estruturas de reciprocidade: Dominique Temple

Os estudos de Temple (2003) concentram seus esforços para oferecer uma teoria original da reciprocidade, baseada em categorias conceituais novas. De tal modo, o autor define a reciprocidade como o redobramento de qualquer ação ou prestação que permite reconhecer o outro a participar de uma comunidade humana. Desse ponto de vista, a Teoria da Reciprocidade de Temple fornece a base argumentativa para as questões trabalhadas nesta pesquisa – no que tange à formação de vínculos sociais nas feiras agroecológicas através do “oferecer” e

⁴⁸ Nesta perspectiva, Lévi-Strauss, na sua introdução à obra de Mauss, em prefácio de Sociologia e Antropologia (1950), criticará Mauss por não ter afirmado que a troca, e não um sistema de crenças indígenas é o que constitui a estrutura da tripla obrigação. No entanto, como lembra Caillé (2002), a crítica de Lévi-Strauss não se sustenta na medida em que ele reduz a troca a uma equação matemática não entendendo que Mauss está chamando atenção sobre a dimensão da intenção e da intuição na prática de doação. Assim, este caráter mais amplo do sentido da troca, como elemento econômico, mas igualmente moral, afetivo e intuitivo nos parece compor o campo de práticas recíprocas na feira que estudamos.

“receber”, onde os indivíduos são mobilizados por outros princípios de troca que não econômico, como o estabelecimento de um bom convívio comunitário. Com isso, D. Temple sistematizou as estruturas elementares de reciprocidade. Ele identificou alguns dos sentimentos e dos valores produzidos pelas relações humanas dentro de cada categoria dessas estruturas.

A primeira, conhecida como a (i) *reciprocidade bilateral; binária ou “cara a cara”* é definida como uma relação de reciprocidade simples que gera um sentimento de humanidade e funciona como referência para *sí mismo* e para o outro. Nesta estrutura nasce o sentimento de amizade que gera em si um sentimento puro, uma efusão de liberdade, o que o autor também denomina de *gracia*⁴⁹. Por exemplo, nas situações de ajuda mútua agrícola, em situações cotidianas dentro da família nuclear ou estendida. Se trata de uma relação regular entre duas famílias, geralmente entre vizinhos e compadres. Esta estrutura de aliança pode ser simétrica (entre pares) ou assimétrica (uma família pode fornecer mais trabalho ou produtos, conforme seu tamanho ou sua riqueza) (SABOURIN, 2017). A segunda estrutura é chamada de (ii) *“compartilhar”*; *compartilhamento do trabalho*, corresponde como uma outra forma da estrutura do tipo “cara a cara” (*face to face*), e passa a ser revelada quando a individualidade de cada um se enfrenta com a homogeneidade do grupo. Por exemplo, quando todas as famílias da comunidade ou todos os membros do grupo se mobilizam para realizar um trabalho em benefício de um agricultor, o sentimento que surge neste momento é o de confiança ou de fé. (SABOURIN, 2017). Na estrutura de reciprocidade (iii) *ternária unilateral* na qual existe, quase que simultaneamente a reciprocidade bilateral, alguém recebe de um lado e do outro, ou seja, existem três pessoas, três contrapartes nesta estrutura. Por exemplo, quando um jovem casal se casa, e resolve construir uma casa para eles, o sentimento gerado é o de responsabilidade. A última estrutura de reciprocidade definida por Temple é a reciprocidade (iv) *ternária bilateral*. Neste tipo de estrutura, o que é doado pode voltar, desta maneira o dom vai por um lado e volta pelo mesmo caminho. O sentimento de responsabilidade que prevalece é o da justiça.

A partir da exposição destas estruturas:

(...) es importante entender la reciprocidad no sólo como una relación social establecida de manera simétrica entre sujetos socialmente iguales para dar y recibir trabajo y fuerza de trabajo, sino en tanto relación social fundamental entendida como la obligación moral de dar, recibir y devolver, que genera confianza y amistad en el otro, y constituye el lazo social que crea humanidad (TEMPLE et al., 2003).

⁴⁹ Está *gracia* encontra sua expressão, seu rosto, nos traços do outro. No olhar do outro se vê uma luz, que significa a compreensão recíproca (TEMPLE, 2003, p. 55).

Neste sentido, a reciprocidade, entendida como laço social, deveria ser vista tanto em seus termos econômicos e micros sociais, como nos aspectos políticos e macrosociais. Isto é, como o fundamento de uma ordem social de terceira via em que se trate de ressignificar as práticas sociais recíprocas, horizontais e equidade social não só em áreas rurais, como também nas urbanas (PIMENTEL et al, 2013).

3.1.3 As contribuições da Teoria da Reciprocidade na agricultura familiar: Eric Sabourin

O maior esforço dos estudiosos da reciprocidade, é primeiramente explicar, como é algo que não pertence ao plano mágico, ou utópico. O segundo esforço, é identificar (sempre) tão somente a permanência do sentido econômico nos vínculos sociais, e sua exclusão. E finalmente, se aceitam sua existência, onde cabe nosso terceiro esforço, que é a substituição das relações de reciprocidade por relações de troca. E ao final, o nosso maior interesse em manter as relações de reciprocidade, é pensar como consegui-lo e evitar sua substituição por relações de troca mercantil.

Neste sentido, Eric Sabourin (2017) indaga: Como explicar que sempre quando possível, as comunidades tradicionais tentaram preservar as práticas de reciprocidade? Ele, juntamente com Temple (2003), contestam que os atores envolvidos avançam no argumento das virtudes humanas e éticas associadas a essas relações. Isto é, “a prática de reciprocidade gera a reprodução dos ciclos de reciprocidade e de solidariedade” (SABOURIN, 2017, p. 12).

Alinhado à concepção de Temple, Eric Sabourin (2009) dá continuidade aos estudos sobre a teoria da reciprocidade na agricultura camponesa e familiar. Sua principal contribuição é na percepção da dimensão e na importância das relações de reciprocidade nas comunidades e organizações de agricultores. A respeito disso, tenta compreender a reprodução camponesa a partir da articulação dialética entre a troca mercantil e a reciprocidade: por um lado, o desenvolvimento da produção de valores materiais destinados a trocas mercantis e, por outro, a produção de valores afetivos (amizade e respeito) e éticos (confiança, justiça, equidade) (SABOURIN, 2009). Com efeito, a teoria da reciprocidade surge, não anuncia o fim da era do desenvolvimento pela troca ou pelo mercado e, portanto, o fim do crescimento econômico. Antes, procura outra leitura das relações econômicas e sociais que aquela por meio unicamente do princípio da troca e, portanto, abre propostas alternativas de economia humana em matéria de desenvolvimento, a partir de outra lógica social e econômica (SABOURIN, 2011: 25). Deste ponto de vista, Sabourin (2011; 2009) sinaliza a comunidade doméstica rural, marcada pelo

sistema de pertencimento e parentesco, mediada por relações recíprocas dentro das famílias camponesas ou agrícolas; nas inter-relações entre gerações e em nível de comunidades; prestações mútuas entre vizinhos; e nas inter-relações nos mercados com a venda direta, circuitos curtos de proximidade, e qualificação dos produtos.

No contexto da comercialização dos produtos orgânicos, por exemplo, é onde acontece o ato de troca, que pode incorporar uma relação de reciprocidade. A venda direta, nos mercados de proximidade, na venda na unidade de produção, é quando o encontro entre produtores e consumidores acontece. Claramente, existe a relação de troca no espaço da feira, mas ao mesmo tempo, essa relação é mediada pelas relações de reciprocidade, com o contato direto entre o produtor e consumidor. A relação de reciprocidade binária, cara a cara, apresentada por Dominique Temple, gera no mínimo valores afetivos, sentimentos de reconhecimento mútuo, de amizade, solidariedade ou valor éticos, de fidelidade e confiança. Isto foi percebido, na feira agroecológica de Casa Forte, quando esta relação de reciprocidade é marcada por uma dádiva simbólica, como o cuidado da escolha dos produtos, ou uma alface a mais. É deste contexto, que nasce o *espaço de reciprocidade*.

A noção de *relações de reciprocidade* é utilizada por este autor para elucidar a capacidade do campesinato de se reproduzir na sociedade contemporânea. Esta capacidade ele define como a troca de responsabilidades mútuas geradoras de vínculos sociais mais amplos do que aqueles produzidos pelas trocas mercantis. É justamente pelo vínculo social da dádiva, que a sociedade se edifica, antes mesmo de produzir bens ou crenças (CAILLÉ, 2000 apud ZALUAR, 2017). Apesar disso, para Sabourin (2009), esse processo não seria uniforme e unilinear, e as sociedades camponesas se caracterizariam pela capacidade de articular relações de reciprocidade com as mercantis. Nesse sentido, se estabeleceu uma coexistência entre essas duas lógicas, sendo que a permanência de relações de reciprocidade seria um elemento-chave para entender a resistência da agricultura familiar no interior das relações e trocas mercantis (SABOURIN, 2009).

Por fim, a abrangência da teoria da reciprocidade permite articular tanto os mecanismos comerciais que promovem a diversidade produtiva e a valorização local dos territórios onde é feita a produção agroalimentar, como ao mesmo tempo evidenciar a proximidade entre seus atores sociais e, desta forma, gerar vínculos sociais mais amplos que os mercantis, fortalecendo relações e a construção de um *espaço de reciprocidade*.

3.2 A RELAÇÃO FACE TO FACE: CADEIAS CURTAS DE ALIMENTOS (SHORT FOOD)⁵⁰ E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DO VALOR-CONFIANÇA E DO ESPAÇO DE RECIPROCIDADE

*O que o agricultor não conhece, ele não come*⁵¹.
Provérbio Holandês (RENTING et al, 2017)

Esta sessão pretende demonstrar como a dinâmica das cadeias curtas alimentares são caracterizadas não somente pela troca monetária, mas sobretudo, por um conjunto de redes de relações e interações sociais que permitem com que laços de confiança surjam entre produtores e consumidores. Mesmo que nesses espaços os valores sociais e culturais sejam trocados e influenciem as transações econômicas. São justamente as relações de confiança que nascem neste espaço que pretendo analisar, como principal elemento para a construção de um *espaço de reciprocidade* na feira agroecológica de Casa Forte, objeto de estudo desta pesquisa.

Ao longo das últimas duas décadas, o enfoque teórico metodológico sobre transição para modelos mais sustentáveis e o desenvolvimento de redes alternativas alimentares (RAAs) cresceram e são reconhecidos como um significativo processo de inovação do sistema agroalimentar (ROSSI & BRUNORI, 2017). Nesta mesma perspectiva, tem crescido no Brasil os estudos sobre comercialização de alimentos e consumo com bases em experiências da agricultura familiar (GAZOLLA, 2017, p. 175). Nas pesquisas bibliográficas sobre estas temáticas, encontramos o espelho do atual momento: a busca por opções dos problemas do atual sistema agroalimentar, em face da importância dos alimentos para a reprodução humana, assim como para estabilidade social, ambiental, política e econômica das ações. Soma-se a isto, a existência dos impasses do aumento de preço dos alimentos - a exemplo, da carne bovina puxada pelo crescimento das exportações do produto para o mercado chinês⁵², no governo

⁵⁰ No Brasil ainda não há uma definição oficial para circuitos curtos (CC), mas o conceito aponta para uma proximidade entre produtores e consumidores (DIAS, RÉVILLION, TALAMINI, 2017).

⁵¹ Este provérbio indica que, no passado, a percepção de qualidade do alimento estava baseada, principalmente, na observação pessoal e nas redes sociais formadas na vizinhança direta (RENTING et al, 2017, p. 31). Esse movimento de alta do preço das carnes bovinas vem acontecendo desde agosto de 2019. A carne tem um aumento de custo, que é a compra do boi gordo pelos frigoríficos. Existe uma demanda adicional da China, após os problemas que o país teve com a peste suína. Com isso, tem uma oferta menor no mercado interno e o preço sobe no Brasil (ESTADÃO, 2019).

⁵² Esse movimento de alta do preço das carnes bovinas vem acontecendo desde agosto de 2019. A carne tem um aumento de custo, que é a compra do boi gordo pelos frigoríficos. Existe uma demanda adicional da China, após os problemas que o país teve com a peste suína. Com isso, tem uma oferta menor no mercado interno e o preço sobe no Brasil (ESTADÃO, 2019). Para saber mais: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2019/11/29/aumento-do-preco-da-carne-bovina-e-fator-de-pressao-no-ipp-do-ibge.htm>

Bolsonaro, em 2019; assim como das crises de segurança alimentar⁵³ - como os riscos gerados pela *Encefalopatia Espongiforme Bovina*, mais conhecida como o “mal da vaca louca”, a peste suína; e a emergência dos transgênicos. Como destacam os estudiosos da área agroalimentar Schneider e Gazolla (2017), outros elementos (já apresentados no capítulo 2) compõem este cenário de crise alimentar: por um lado, os números da fome e da pobreza no mundo continuam inalterados, mas a quantidade de pessoas obesas e malnutridas continuam a crescer (Foto 1) (Foto 2)⁵⁴; e por outro, se produz cada vez mais fibras e matérias-primas agroalimentares e aumentam os impactos sobre o meio ambiente (SCHNEIDER & GAZOLLA, 2017). Complementam:

Em meio a isso, quem realmente se beneficia são as empresas que produzem e distribuem os alimentos, especialmente as grandes redes de supermercados e as lojas de *fast food* globais. Chegamos a um ponto em que, no século XXI, há oferta suficiente para alimentar toda a humanidade, mas convivemos com a fome e a mal nutrição, e a insatisfação dos produtores (agricultores) e dos consumidores (SCHNEIDER & GAZOLLA, 2017, p. 9).

Neste contexto, é pertinente expor uma discussão recente, a qual diz respeito dos “desertos alimentares” e “os pântanos alimentares”. O primeiro corresponde a espaços geográficos com limitado acesso a alimentos saudáveis, visto como a principal causa da obesidade e outras doenças relacionadas a ela entre as populações mais pobres (GHOSH-DASTIDAR et al., 2014 apud NIERDELE & WESZ, 2018). Os “pântanos alimentares” seria uma metáfora para explicar áreas de alimentos ultra processados, baratos e danosos à saúde inundam as opções de consumo desses grupos sociais (GHOSH-DASTIDAR et al., 2014 apud NIERDELE & WESZ, 2018, p. 116). No segundo semestre de 2017, no Brasil, a polêmica que ilustra bem o tema dos “pântanos alimentares”, refere-se ao prefeito de São Paulo, João Doria. O prefeito acrescentaria na alimentação escolar da rede pública, uma farinha feita com alimentos próximo ao vencimento que seriam descartados pela indústria, ainda afirmou que

⁵³Desde os anos de 1970, a imagem pública da agricultura passou a ser dominada por um fluxo de “escândalos alimentares”, variando desde a salmonela até resíduos de dioxina no leite. Enquanto governos e especialistas enfatizavam repetidamente que supostos riscos à saúde não possuem qualquer base científica, a falta de confiança dos consumidores na produção alimentar moderna foi arraigando-se (GOODMAN, 1999 apud Renting et al, 2017, p. 31)

⁵⁴Trabalho do fotógrafo americano Gregg Segal, que retratam imagens com fotos de crianças de diferentes países do mundo e seus hábitos alimentares. O projeto chama-se *Daily Bread* (Pão Diário). Para saber mais: <https://www.greggsegal.com/P-Projects/Daily-Bread/1/caption>

acabaria com a fome no estado, no entanto, esta proposta ficou conhecida como “ração humana” (FOLHA DE SÃO PAULO, 2017).

Foto 7. Criança brasileira, que vive em um bairro nobre no Brasil, e que gosta de fazer seus próprios aperitivos. Entre os seus favoritos estão o suflê de chocolate, qualquer coisa com Nutella, brigadeiro e leite.



Fonte: GREGG SEGAL, 2018.

Foto 8. Mãe com dois filhos, venezuelana, refugiada. Fizeram uma longa viagem a Bogotá com uma pequena quantidade de comida, sobretudo pão e água.



Fonte: GREGG SEGAL, 2018.

Este panorama é o resultado gerado pelo capitalismo contemporâneo e por um sistema alimentar altamente industrializado. Um modelo capaz de reconhecer as contribuições dos sistemas alternativos de agricultura, e dos diferentes grupos sociais que habitam o espaço rural (visto como “periféricos” ou “marginais”) (WANDERLEY, 2014). Nesta direção, nas duas últimas décadas, esses “contramovimentos” influenciaram espaços de redes alternativas de produção e consumo, com uma “proliferação de circuitos curtos, feiras livres, grupos de consumo, cooperativas, associações, agricultura urbana, consumo local e valorização de alimentos tradicionais (GAZOLLA & SCHNEIDER, 2017). Junto a esta perspectiva, Nierdele (2014) e Picolotto (2008) (apud NIERDELE & WESZ (2018, p. 221) afirmam:

Nestes novos mercados, circulam mais do que mercadorias diferenciadas. Circulam valores que emanam de uma construção política, a qual reúne um conjunto de movimentos sociais, que cada vez mais, direciona suas pautas para a construção de novas práticas alimentares. Estas práticas colocam em evidência novos significados para os alimentos e, mais amplamente para o meio rural, os quais estão associados às demandas societárias por equidade, justiça, participação social e sustentabilidade.

A partir deste contexto, consagra-se um novo debate nos estudos rurais: a questão da construção social dos mercados e o consumo passam a ser centrais nas análises dos processos e

práticas de desenvolvimento rural, e na criação de estratégias de reprodução socioeconômica dos pequenos agricultores (CASSOL; SCHNEIDER, 2017). O surgimento de novos circuitos alimentares em economias de agricultura globalizada, sinalizam para mudanças fundamentais. Sob a perspectiva do consumo, há um aumento na preocupação dos consumidores sobre alimentos e agricultura (ecologia, saúde e bem-estar animal) (RENTING et al, 2017). Entretanto, essa preocupação foi alimentada principalmente, pela crescente falta de confiança na qualidade dos alimentos precedentes da agricultura convencional. Recuperar a confiança dos consumidores passou a ser o principal fator para o desenvolvimento dos mercados de alimentos. Ao mesmo tempo que, proteger o que comem e bebem, passou a ser a principal preocupação dos consumidores.

Nas cadeias longas de alimentos, as relações de interação entre produtores e consumidores são quase inexistentes, pois os alimentos acabam sendo produtos de uma indústria ou supermercados, vendidos por marcas específicas. Além do mais, argumenta Schneider e Gazolla (2017, p.11), que os consumidores são manobrados por mecanismos de certificação, rastreabilidade e acreditação para satisfazer os receios quanto a qualidade e sanidade dos produtos. É importante destacar que muitas vezes nem sempre os consumidores confiam nestes mecanismos de controle, e nas embalagens destes produtos. Neste sentido, a impessoalidade presente neste tipo de sistema, somados ao questionamento dos padrões de uma sociedade moderna, levaram a um processo de encurtamento das relações entre produtores agroalimentares e consumidores, que consiste em uma reorientação das relações de troca, na tentativa de reconstruir as ligações pessoa a pessoa.

Para fazer frente a este contexto, um representativo número de famílias agricultoras no Brasil, vem adotando os princípios agroecológicos⁵⁵ em suas unidades produtivas⁵⁶ (BECKER

⁵⁵ Segundo o estudo do Mapa (2016), atualmente, 578 entidades participam das Comissões da Produção Orgânica nas Unidades da Federação (CPOrg's). O número de unidades de produção sob o controle oficial está em expansão e, de acordo com o cadastro nacional do Ministério da Agricultura, totalizam 14.449. Ao todo, o setor conta com 138 núcleos de estudo apoiados em agroecologia e produção orgânica, mais de 790 ações de extensão, mais de 1.700 produções técnicas, sendo que a participação de agricultores nas capacitações supera de 47.000.

⁵⁶ Entretanto, a entrada dessas famílias nos mercados não é uma opção, e sim uma estratégia, haja vista que os circuitos convencionais de comercialização subordinam os agricultores aos complexos agroindustriais. Dessa forma, é preciso considerar que as feiras de circuitos curtos, mais do que organizar a produção e colocar os produtos, podem ser vistas como parte dos chamados “Novos Movimentos Sociais econômicos” (WILKINSON, 2007). Estes movimentos implicam no uso de mecanismos econômicos para responder demandas sociais.

et al, 2013), que somado a reconfiguração das cadeias curtas de abastecimento alimentar, constituem uma importante transformação para criação de novos vínculos entre agricultura e sociedade, e produtores e consumidores. Esse cenário é expresso por Renting (et al, 2017, p. 34):

Elas [as cadeias de abastecimento alimentar] aproximam os consumidores da origem de seus alimentos e, em muitos casos, envolvem um contato mais direto entre agricultores e usuários finais de seus produtos. Uma característica importante dessas novas cadeias é sua capacidade de ressocializar e re-espacializar o alimento, possibilitando ao consumidor novas valorações sobre a conveniência relativa dos alimentos, com base em seu próprio conhecimento, experiência ou visão.

Aliada a estas questões, a construção das cadeias curtas de alimentos, representam também a (re)conexão do contexto rural com o contexto urbano, que por muito tempo, foram vistos como adversos, dissociados. Os circuitos curtos de alimentos ativam, em diferentes configurações, as conexões entre campo e cidade. Segundo Prado (2015) são através de iniciativas institucionalizadas públicas, como por exemplo, as compras governamentais de produtos advindos da agricultura familiar por escolas públicas (Programa Nacional de Alimentação Escolar - PNAE) e a distribuição de alimentos a populações em situação de insegurança alimentar (Programa de Aquisição de Alimentos - PAA)⁵⁷, criado pelo art. 19 da Lei nº 10.696, de 02 de julho de 2003); e também as iniciativas formais e informais, de grupos de consumidores, *chefs* e ativistas que erguem a um novo patamar o consumo de alimentos frescos e saudáveis (PRADO, 2015).

⁵⁷ O PAA foi instituído pelo artigo 19 da Lei nº 10.696, de 2 de julho de 2003, e regulamentado pelo Decreto nº 7.775, de 4 de julho de 2012. O PAA incentiva à agricultura familiar e ao consumo de alimentos produzidos por esta categoria a promoção do acesso à alimentação às pessoas em situação de insegurança alimentar e nutricional, o abastecimento alimentar por meio de compras governamentais, a constituição de estoques públicos, bem como o fortalecimento do cooperativismo e associativismo. A Conab, operacionaliza o PAA por meio de Termos de Execução Descentralizada (TEDs) com a Secretaria Especial de Agricultura Familiar e do Desenvolvimento Agrário (SEAD) e do Ministério de Desenvolvimento Social e Agrário (MDSA). Os valores utilizados nas modalidades operacionalizadas pela Companhia Nacional de Abastecimento - Conab possibilitaram a comercialização de 88.120 toneladas de alimentos produzidos por 29.318 agricultores familiares organizados em cooperativas ou associações, que apresentaram 845 projetos.

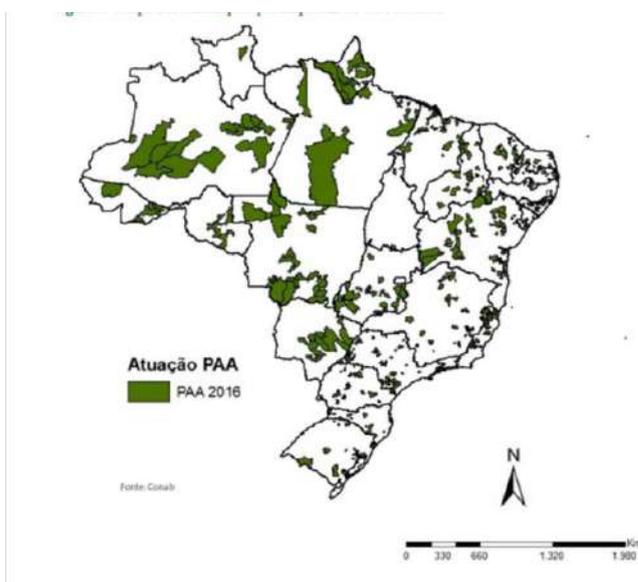
Figura 9. Publicidade do Programa de Aquisição de Alimentos – PAA, conhecido como “Compra direta da agricultura familiar” do Governo Estadual do Piauí.



Fonte: <http://www.sdr.pi.gov.br/paa/>

Em 2016, os recursos advindos do Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário – MDSA, para a modalidade Compra com Doação Simultânea, foram distribuídos baseados numa nova metodologia aprovada pelo Grupo Gestor do PAA. Esta nova metodologia prioriza a contratação de projetos exclusivamente de **produtos orgânicos**, projetos de povos e comunidades tradicionais e projetos de assentados da reforma agrária, respeitados os critérios de priorização estabelecidos nos normativos do PAA (CONAB, 2016). Ao longo do tempo, o PAA aumentou sua demanda por suas ações por parte das organizações fornecedoras, isto é, uma gama de municípios onde estas instituições estão situadas tornaram-se participantes do programa, contribuindo para o aumento da renda dos produtores familiares, da produção de vários produtos e a melhoria na alimentação de pessoas em situação de insegurança alimentar (CONAB, 2016). Desde sua criação em 2003, até o ano de 2016 a CONAB esteve presente em mais de 2.700 municípios. Em 2016, participaram 476 municípios das organizações fornecedoras (CONAB, 2016, p. 23). Em termos de região, o Nordeste foi o mais atuante com 403 projetos, aproximando-se o estado da Bahia com 113 projetos e Alagoas com 68.

Figura 10. Mapa dos municípios participantes do PAA em 2016.



Fonte: CONAB, 2016.

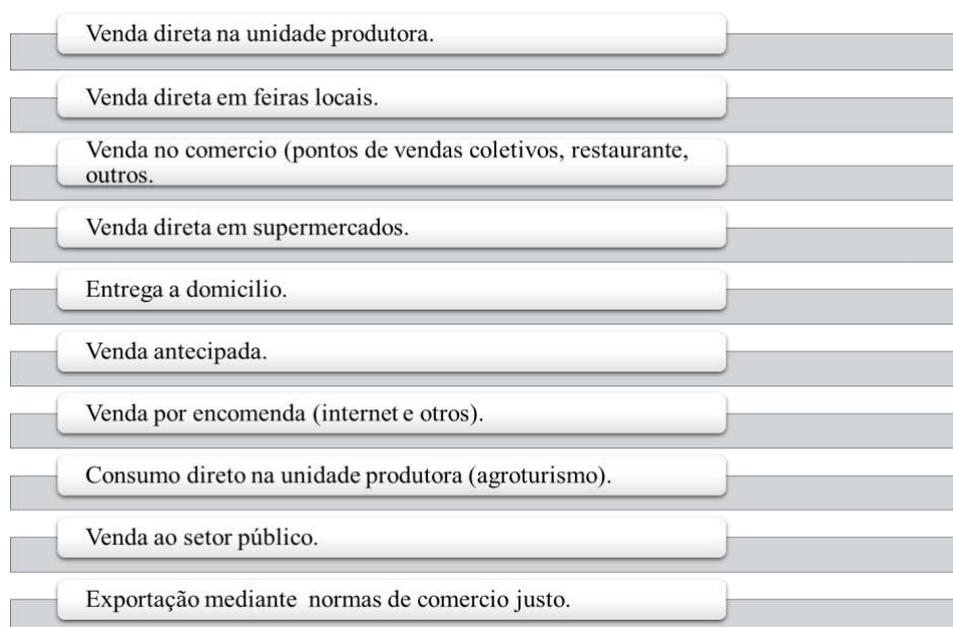
As cadeias curtas de alimentos, são vistas como espaços alternativos, e passam a ser analisados a partir da localidade e da relação pessoal entre compradores e vendedores, baseados na “lógica de cadeias curtas com capacidade de (re)socializar e (re)espacializar os alimentos - *local foods* e *folk foods*”, e do *slow food*⁵⁸ (NIEDERLE, 2009), e estão intimamente ligadas à comercialização de produtos orgânicos e agroecológicos. Ademais, estes mercados particularistas baseados em nichos ou especificidades são vistos como construções vinculadas em relações socioculturais particulares e que estão associadas com a localidade “tradição, origem, natureza ou modo de produção e seus maiores apelos comerciais” (NIEDERLE, 2009). Nesse sentido, as cadeias curtas de alimentos são potencialmente favoráveis a satisfação de uma parte relevante dos consumidores com alimentos frescos, saudável, natural e boa relação custo-benefício. Apesar de as cadeias curtas serem consideradas uma “alternativa” ao modelo

⁵⁸ Criada em 1986, no Norte da Itália, a associação internacional sem fins lucrativos *Slow Food* visa contrapor e travar a homogeneização do *fast-food* e da *fast life*. Um movimento mundial tem emergido o *slow food*, com objetivo de resgatar uma cadeia cultural envolvendo os alimentos, da produção ao consumo. O termo contrapõe-se ao *fast food*, pregando a calma ao comer, na busca pelo proveito da refeição, considerando o conteúdo nutricional, os aspectos artísticos, culturais e de prazer. Resgatam-se assim os produtos enogastrômicos, ameaçados pelos processos industriais, pelas regras da grande distribuição e pela degradação ambiental” (DIAS, 2005, p.39).

hegemônico de produção alimentar, não quer dizer que estes espaços sejam opositores a tal modelo. O ponto diferencial entre os modelos é o fato de serem capazes de desenvolver formas distintas de produção e consumo. Segundo Cassol e Schneider (2017, p. 199) essas formas “estão assentadas em relações e significados culturais que emergem como orientadores de novas práticas e serviços locais, revalorizando conhecimentos em torno dos alimentos e, em outros casos, reconectando produtores e consumidores.

Renting, Marsden e Banks (2003 apud DIAS et al, 2017) se referem as cadeias curtas como aquelas que aplicam diferentes construções sociais, e se somariam a localidade, região, ecologia, qualidade e culturas de consumo. Juntamente com estes autores, a Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (CEPAL, 2014) identifica 10 modalidades de cadeias curtas:

Figura 11. As 10 modalidades ou tipos de cadeias curtas de alimentação.



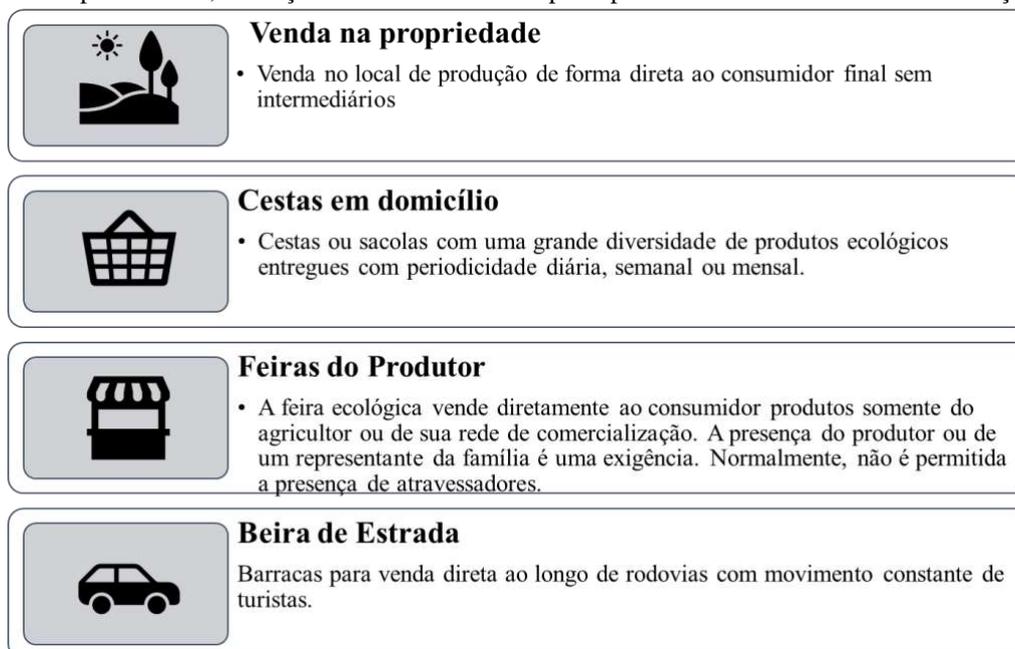
Fonte: Elaborado pela autora (2019).

Esta variedade de modelos de cadeia curta de comercialização de alimentos, concentram uma complexidade de definição, classificação e comparação, inclusive, em cadeias curtas nos países da América Latina ou do Caribe (TONACA, RAMÍREZ, GRÜEBLER, 2017), das quais não nos deteremos aqui. No entanto, de acordo com Belletti e Marescotti (2017), essa variedade, complexidade, conteúdos e atores que atuam neste sistema, estão levando confusão e hibridização ao “movimento”, a ponto de colocar em xeque a própria essência das cadeias

curtos de alimentação. Primeiramente é questionado o significado de “ser curto”, visto que estas redes não estão “tão distantes” das lógicas do sistema global (como propõe seu objetivo). É dizer que, a diversidade das cadeias curtas e os diferentes tipos de conexões entre produtor e consumidor, são afetadas pelas tendências globais, desde as vendas diretas até as práticas efetivas de organização entre os grupos de produtores e consumidores de alimentos, concorrendo entre si para encurtar a distância, seja ela cognitiva, física e cultural, entre os mundos da produção e consumo (BELLETI; MARESCOTTI, 2017).

Para tanto, a partir dessas categorias, a CEPAL (2014) define a cadeia curta como “forma de comércio baseada na venda direta de produtos frescos ou da estação, sem intermediários – ou reduzindo ao mínimo a intermediação – entre produtores e consumidores”. Neste sentido, é de nosso interesse nos basear na ideia de cadeias curtas que possuem interações *face a face* (cara a cara), ou seja, as vendas diretas em feiras, como um mecanismo de alinhamento das redes produtores-consumidores. Elas são vistas como estratégias de grupos e organizações envolvidos na promoção da Agroecologia para se inserir nos mercados locais. No quadro abaixo iremos conferir os tipos de venda direta, definição e características dos principais circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos no Brasil, segundo Darolt; Lamine; Brandenburg (2013) (Figura 12):

Figura 12. Tipo de venda, definição e características dos principais circuitos curtos de comercialização no Brasil.



Fonte: Elaborado pela autora, 2019.

Nesta proposta, valoriza-se a capacidade desses circuitos comerciais de proximidade e de reciprocidade entre produtores e consumidores que têm para absorver a grande variedade de gêneros produzidos nos sistemas ecológicos. Na interação *face to face* os consumidores compram produtos diretamente do produtor, de forma que a autenticidade e confiança são medidas através das interações pessoais. Basicamente este modelo consiste, de acordo com Dias (et al, 2017, p. 243) “na venda direta, através das feiras ou em centros urbanos, onde os agricultores colocam seus alimentos para serem vendidos [...]”.

Destarte, as cadeias alimentares “encurtam os circuitos” das longas e anônimas cadeias de abastecimento, ao mesmo tempo que as relações produtor-consumidor são “encurtadas” e redefinidas pela conformação de cadeias transparentes, possibilitando ao consumidor o acesso a indicações claras da procedência e dos atributos de qualidade dos alimentos. Com efeito, é interessante pensar de que forma as cadeias curtas de alimentos (*short food*) podem portar algumas das chaves para o futuro, na busca de alternativas à hegemonia cultural e material dominante do sistema agroalimentar? A resposta é encontrada na redução da distância entre seus protagonistas, e no resgate dos elos de contato. Para Cassol & Scheneider (2017) os agentes deste tipo de canal de circulação procuram resgatar um dos aspectos centrais na realização de qualquer transação econômica, que é a confiança do consumidor no produto que está comprando. Para eles, “a questão da confiança nas relações econômicas vem assumindo um interesse cada vez maior, a tal ponto que a sociologia, particularmente a sociologia econômica⁵⁹, venha retomar este tema e colocá-lo no centro das suas reflexões” (CASSOL & SCHENEIDER, 2017, p. 196). O valor-confiança, como denominamos aqui, assim como a crença, se dar por dois elementos que ocupam o eixo fundador da sociologia, a partir dos trabalhos de Émile Durkheim, especialmente, do seu sobrinho Marcel Mauss. Sobre isto, Mauss (1924), Karl Polanyi (1944) tiveram um papel essencial com a identificação da reciprocidade como modo de regulação da economia ao lado da troca e da redistribuição (SABOURIN, 2017). Seguido por Temple (2003), que caracterizou as estruturas elementares da reciprocidade (vistas no início deste capítulo). Com esta análise estrutural formado por este time de intelectuais, conseguimos hoje procurar na pesquisa empírica sobre a vida do camponês brasileiro, não

⁵⁹ Segundo Gazolla (2017), atualmente, o mercado de qualidade na sociologia econômica apresenta-se não apenas como um processo social, e sim como local personificado, em que os atores locais, os agricultores, realizam as suas transações mercantis – compra, venda, troca de mercadorias etc.

apenas a natureza dos valores materiais, mas também os valores afetivos e éticos produzidos pelas relações de reciprocidade (SABOURIN, 2017).

3.3 CONFIAR É DAR UM SALTO NO ESCURO: A CONSTRUÇÃO DO VALOR-CONFIANÇA NAS CADEIAS CURTAS ALIMENTARES

A vida humana é concebida como um acontecimento de seres sociais, que para viverem contraem vínculos recíprocos. Nesta perspectiva, A. Caillé diz:

Tais vínculos decorrem da nossa condição de interdependência, da nossa cabal falta de autossuficiência individual, ou mesmo grupal; do fato de que já em nossas experiências primárias, sempre envolvidas em alguma forma de socialidade, deparamo-nos com uma escolha inevitável entre *confiar* e *não confiar* nos outros, entre arriscar-se em uma lógica de aliança e de certa gratuidade ou não (CAILLÉ, 2009b apud GAIGER, 2016, p. 56).

No nosso entendimento, é nesta ideia de vínculos sociais que chegamos à conclusão que os seres humanos dependem primordialmente dos laços sociais, do nascimento a morte. Nessa perspectiva, a espécie humana sobreviveu graças as relações entre as pessoas e seu apoio mútuo ao longo do tempo (GAIGER, 2016). Na construção destes laços sociais, o *valor-confiança* torna-se imprescindível. Para tanto, a conduta do indivíduo é expressa, além das suas atitudes, nas suas crenças, e nos seus valores. Serão esses valores que orientam, geram e reforçam sentimentos. Neste sentido, o termo “valor”, tem sua definição na crença duradoura, um estado final específico que orienta uma determinada conduta para viver ou comportamento (ROKEACH, 1973 apud DIAS et al, 2017). O estudo de valor vem ganhando força atualmente, conforme uma perspectiva não utilitarista (inclusive na área do *marketing*), uma vez que, segundo Ikeda e Oliveira (2005) as considerações meramente econômicas não são suficientes para compreender o que leva um indivíduo a adquirir ou usar um produto. Para os nossos propósitos, o valor assume novas percepções e escolhas, não estando vinculado somente ao aspecto econômico que tange a compra de um produto. Dentro dessa abordagem, Rokeach (1973 apud IKEDA & OLIVEIRA, 2005) afirma que os valores são estados-fim da vida e consistem nos objetivos e nas metas para as quais se vive. Para Temple (2004 apud Sabourin, 2009) os valores humanos não são dados; eles hão de se constituir, isto é, tem de ser construídos no plano social. Sabourin (2009, p. 252) explica, “precisamente, são produzidos e reproduzidos pela institucionalização das relações de reciprocidade e redistribuição mediante estruturas não apenas sociais, mas também econômicas, que ele qualifica como estruturas de reciprocidade”

As novas relações sociais que nascem nestes espaços de redes, que conectam produtores e consumidores de forma mais complexa, que vão além da relação econômica, impulsionam e promovem importantes processos de mudança em torno das práticas alimentares. Este seria, dentro do contexto agroalimentar, o cerne lógico da dádiva em tempos atuais: ou seja, nessas iniciativas, aquelas promovidas pelos consumidores, revelam-se interessantes por criarem formas inovadoras de pensar e agir em relação aos alimentos, dando novas formas as práticas da produção ao consumo (ROSSI & BRUNORI, 2017). Nesta mesma perspectiva, Martins (2019, p. 45) afirma que o sistema da dádiva, “embora seja mais nítido no plano das relações interpessoais - nas redes familiares, amigos, vizinhos, se faz presente também, em relações funcionais – nos aparelhos políticos, econômicos e científicos – mediante uma expectativa de reciprocidade, confiança, implícita a respeito da continuidade da relação que é alimentada subjetivamente pelas pessoas envolvidas”. O autor assegura que sem o valor-confiança alimentado de forma recíproca entre produtores e consumidores, as trocas mercantis pretendidas (inicialmente) entrariam em choque (MARTINS, 2019). De tal modo, quando o produtor tem comportamentos para construir a confiança do consumidor (falando sobre modo de produção do alimento, por exemplo), o risco tende a diminuir, o que permite o consumidor tenha mais confiança sobre os comportamentos futuros deste produtor. Para a manutenção desta confiança, estudos sobre reciprocidade sugerem que os consumidores tendem a agir de maneira cooperativa, oferecendo evidências comportamentais de lealdade (DIAS et al, 2017).

Isso posto, as redes agroalimentares concernem aos atores e instituições que estão diretamente envolvidos em todas as esferas da produção, processamento, comercialização e consumo dos alimentos, as motivações para o consumo de alimentos agroecológicos. São eles: i) variedade de alimentos típicos; ii) confiança (conhecimento compartilhados em torno dos modos de produção típicos; iii) Consumidor politizado (em relação ao consumo alimentar). Na ilustração abaixo, podemos conferir que todas as etapas do processo produtivo – desde a produção até a fase final do consumo dos alimentos, é reconectado pelo valor-confiança para que o *espaço de reciprocidade* se conforme e viva.

Esquema 2. Esquemáticamente, essas são as esferas da produção, processamento, comercialização e consumo de alimentos.



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA, 2019.

Defendemos até aqui o *valor-confiança*, como o elemento importante para consolidar as formas alternativas de produção e consumo. As relações de confiança constituem um dos princípios básicos – e constitui um dos 3 pilares básicos das cadeias curtas junto a “localização da produção e do consumo” e o “papel desempenhado pelos valores sociais e culturais nas transações econômicas”, que permitem a consolidação de formas diferentes de produzir e consumir. No plano agroalimentar, e para nossa definição o *valor-confiança* seria a confiança depositada aos produtos orgânicos, resultado das relações construídas pela diversidade de atores sociais envolvidos neste contexto. É dizer que a confiança atribuída a este tipo alimento, está diretamente relacionada a aspectos social e cultural, porque está conectada as expectativas compartilhadas nas feiras agroecológicas, implicando em como as pessoas interagem e mantém relações com as outras. Investir na confiança, de acordo com Gaiger (2016, p. 75), é criar as condições para ter confiança de que o outro confiará em nós, ou seja, isso foi, e é feito apostando-se na dádiva.

No tópico seguinte, veremos como o *valor-confiança* é importante para a constituição não só de um *espaço de reciprocidade* na feira agroecológica, como também na construção da qualidade do alimento orgânico.

3.4 DIRETO DA NATUREZA PARA SUA MESA: A CONSTRUÇÃO DO CRITÉRIO DE QUALIDADE DO PRODUTO ORGÂNICO

No decorrer do século XIX, as regras econômicas eram ditadas e delimitadas pelas regras e costumes da organização social. Além disso, a vida econômica não se confundia com o mercado, “que se constituíam em um aspecto dependente da organização das trocas econômicas” (DIAS, 2008). Trocas essas dominadas pela combinação de sistemas de reciprocidade (famílias, grupos etc.) e redistribuição (entre o Estado e a sociedade), a depender do tipo de sociedade. Continuamente, no século XIX, surge, pela primeira vez, o fenômeno do “mercado autorregulador”, que liberava os três *inputs* essenciais – terra, trabalho e dinheiro – da intervenção social. Dessa forma, a sociedade viu-se posta à disposição do mercado (POLANYI, 2000). No século XX, com o princípio da mecanização da era taylorista e a organização programada, a qualidade passa ser uma técnica aplicada, principalmente na inspeção e controle dos produtos (DIAS, 2005). Em meados de 1940, com o advento do fordismo⁶⁰, através da normatização, as empresas passam a satisfazer as necessidades manifestadas por um consumo massificado. Contudo, com o modelo pós-fordista⁶¹, novos valores socioculturais da vida moderna vão progressivamente modificando o comportamento dos consumidores, e, ao mesmo tempo, influenciando a relação oferta-procura, visto que a qualidade passa a ser vista como uma forma de pensar as próprias relações sociais (DIAS, 2005). Com este advento, já no final da década de 1960, o modelo de produção, caracterizado pelo consumo em massa e circulação de mercadorias padronizadas, entra em crise, passando a ser substituído “pela especificidade do cliente, ao fragmentar, e pela segmentação do mercado e, como tal, capaz de desenvolver um sistema de produção diferenciado, orientado para satisfazer um consumidor motivado pelo desejo de personalizar o seu consumo” (DIAS, 2005, p. 23). Neste sentido, nos anos de 1970, os debates, antes focados na produção, passam a discutir as mudanças dos sistemas de produção e consumo alimentar nos países desenvolvidos. No contexto brasileiro, esta mudança no sistema agroalimentar passou a ocorrer na década 1990,

⁶⁰ A era *fordista*, caracterizada pelo critério de quantidade/preço, deu lugar à economia da qualidade, em que o critério predominante é o da qualidade como base da concorrência e das estratégias de marketing. Em outras palavras, o marketing ficou fortemente identificado com apelos à natureza, saúde e tradição (WILKINSON, 2000).

⁶¹ O modelo pós-fordista não representa o fim da produção em massa, mas a possível coexistência de diferentes modelos de produção.

como consequência da liberalização do mercado passando da oferta de produtos padronizados para produtos diferenciados por qualidade e origem.

Segundo Gazolla (2017), atualmente, o mercado de qualidade na sociologia econômica apresenta-se não apenas como um processo social, e sim como local personificado, em que os atores locais, os agricultores, realizam as suas transações mercantis – compra, venda, troca de mercadorias etc. Nesta perspectiva, ao longo da história, conceito de mercados assume vários significados, assim como ressalta Gazolla (2017) a “mercadorização” refere-se ao período histórico em que os agricultores não eram dependentes do mercado, estabelecendo vínculo apenas com os comerciantes e ou as “casas de comércio rural. A mercantilização, por sua vez, caracteriza-se como processo social que afeta as esferas econômicas e produtivas da agricultura, assim como a cultura, baseada no conhecimento *folk*⁶², o saber fazer⁶³.

Com a inserção da agricultura familiar aliada ao crescimento dos mercados, o estímulo em busca da diversificação e diferenciação dos alimentos frescos, na análise de Bonnano (1999), indica uma produção e a formação em rede desse tipo de alimento, para sua inserção e competição nos mercados não apenas por preços, mas primordialmente em critérios de qualidade. A tendência ao consumo de produtos frescos, saudáveis e tradicionais cria e recria nichos de mercado, nem sempre visados e explorados por grandes empresas, em centros urbanos, mas também por lojas de produtos naturais, onde comercializam produtos advindos da agricultura familiar (DIAS, 2005). Essa realidade em construção expressa como a comercialização dos produtos advindos da agricultura familiar, não pode se render tão somente as regras do mercado capitalista. A prova disto é a existência das cadeias curtas alimentares – citadas no tópico anterior, materializadas nas feiras agroecológicas de produtos orgânicos. Além das feiras, as cooperativas agrícolas e os mercados locais proporcionam exemplos de mercados que produzem estes vínculos sociais e, mantêm relações diretas entre os produtores

⁶² Processo pelo qual se adquire conhecimento ao longo da vida cotidiana e através dos relacionamentos comuns na família, entre amigos, no grupo de iguais etc. Para compreender de maneira adequada os saberes tradicionais, é então necessário entender a natureza da sabedoria local, que se baseia em uma complexa inter-relação entre os conhecimentos e práticas (TOLEDO, 2010).

⁶³ No entanto, será na mercantilização que o agricultor passa a depender cada vez do mercado para realizar sua reprodução social (GAZOLLA, 2017). Essas questões são discutidas por Abramovay (1998) quando, em seus estudos sobre mercantilização, demonstra que a agricultura familiar se compõe por meio da integração mercantil para garantir sua sobrevivência e reprodução. Este autor admite que a realidade da agricultura familiar venha construindo sua independência. Isto permite que a agricultura familiar não permaneça à margem e isolada do mercado, ao mesmo tempo em que a ela não se subordina e submete totalmente (ABRAMOVAY, 1998).

e consumidores.

Ademais, estes mercados particularistas baseados em nichos ou especificidades são vistos como construções vinculadas em relações socioculturais particulares e que estão associadas com a localidade “tradição, origem, natureza ou modo de produção e seus maiores apelos comerciais” (NIEDERLE, 2008). Essas questões permeiam a qualidade que, segundo Wilkinson (2008), é de grande importância para uma análise institucional da vida econômica, sendo, ao mesmo tempo, o ponto central das atuais estratégias competitivas⁶⁴. Sobre essa ideia, segundo este mesmo autor, a qualidade é interpretada através das lentes dos produtores, organizações e pelo desenvolvimento de relacionamentos baseados em confiança (WILKINSON, 2008).

A questão da qualidade dos alimentos passa a ser valorizada, na década de 1990, junto a ascensão dos estudos de *quality turn* e sobre consumo. Novos fatores são utilizados para explicar as escolhas dos indivíduos, e que estão por detrás dos seus hábitos de consumo: motivos (estilos de vida), valores, questão moral etc.

Como vimos até aqui, a produção agroalimentar em pequena escala – tanto para o mercado quanto para o autoconsumo – revelam uma pluralidade cada vez maior no âmbito do sistema agroalimentar. Junto a isso, presencia um importante movimento do crescimento e diversificação dos circuitos de produção e consumo. Respectivamente, a partir das discussões aqui expostas, a importância que a produção orgânica vem assumindo no mercado de alimentos, aponta para mecanismos inovadores de relação econômica, em diversos dispositivos de qualificação e carregam um grande apelo sociocultural. De acordo com Nierdele e Almeida (2013), no âmbito do consumo alimentar, crescem cada vez mais as expectativas sociais e demandas por produtos com características qualitativas específicas: preservam o meio ambiente, promovem equidade social, valorizam a artesanidade da produção, destacam tradições e práticas vinculadas à origem etc. Desta forma, os autores dizem que essas transformações estão associadas à emergência de novas práticas e identidades de consumo

⁶⁴Verificou-se que a abertura de novas oportunidades de inserção nos novos mercados, pela qualidade, é fortemente associada à produção artesanal e à atividade da agricultura familiar. Produtos artesanais envolvem forte vínculo com os saberes tradicionais ou saber-fazer dos produtores, favorecendo a sedimentação e reinvenção da imagem tradicional do pequeno agricultor como estratégia de mercado, além da valorização do território, visto como um mecanismo que favorece o desenvolvimento rural.

(NIERDELE; ALMEIDA, 2013).

A partir do que foi dito, a agricultura orgânica se define como um sistema holístico de gestão e produção, que fomenta e melhora a saúde do agroecossistema, e em particular a biodiversidade, os ciclos biológicos, a atividade biológica do solo, para produzir alimentos saudáveis e abundantes. Um de seus propósitos é ter agrossistemas que sejam sustentáveis desde o ponto de vista social, ecológico até o econômico. É trabalhar junto a natureza, sem alterar sua harmonia. Não se utilizam agrotóxicos, fertilizantes, conservantes, colorantes nem transgênicos⁶⁵. Neste sentido, é utilizado o termo “orgânicos” segundo a definição na Lei 10.831, aprovada em 23 de dezembro de 2003, publicada no Diário Oficial da União em 24 de dezembro de 2003 estabelece um marco referencial para a agricultura orgânica no Brasil, que dispõe o que seria um sistema orgânico de produção:

Art. 1º Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso de recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade culturais das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente (BRASIL. LEI Nº 10.831, 2012).

Adentro desta definição, é importante ressaltar que falar sobre agricultura orgânica não é só produzir sem o uso de “venenos”, é uma forma de se relacionar com a natureza e com o outro. Segundo, Venturini e Ugón (2007, p. 40) representa “*el rescate del productor/a como protagonistas del proceso productivo y de los consumidores acompañado dicho proceso*”⁶⁶. Os autores reforçam dizendo que a produção orgânica, pode se definir como a forma pela qual o ser humano pode praticar a agricultura, aproximando-se o possível aos processos que desencadeiam de maneira espontânea na natureza (VENTURINI; UGÓN, 2007). Ela estabelece um intercâmbio direto entre produtor e consumidor a nível local, onde dar lugar a construção do *valor-confiança* baseada e sustentada sobre condições e processos éticos.

⁶⁵Assim como diz o parágrafo 1º, inciso I, da Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003 – “a oferta de produtos saudáveis isentos de contaminantes intencionais”.

⁶⁶“É o resgate do produtor/a como protagonistas do processo produtivo e dos consumidores que acompanham este processo” (Tradução nossa, 2019).

Em um contexto global da via agroecológica, no ano de 1972, foi fundada, em Versalhes, na França, a *International Federation on Organic Agriculture* – IFOAM. A entidade, dentro de suas várias funções, passou a ser a principal fonte de informações sobre produção orgânica certificada em todo o mundo (ARAÚJO, 2015). No contexto brasileiro, no fim da década de 1980, foram criadas as primeiras feiras de comercialização especializadas na produção orgânica. A cidade do Rio de Janeiro (1985) foi o primeiro cenário, seguido por Porto Alegre (1989), e São Paulo (1991). Essas iniciativas marcavam o começo de uma nova realidade para este tipo de produção e comercialização, antes invisíveis, e comercializadas em espaços restritos, com pequena capacidade de propagação/reprodução. A década de 1990, esteve caracterizada pela expansão dos mercados especializados em produtos orgânicos e agroecológicos, em âmbito nacional e internacional. Este contexto foi reforçado com o advento das feiras de produtos orgânicos, que deram maior segurança aos agricultores para investirem neste tipo de produção, visto que a conjuntura favorecia a valorização da produção e um mercado em expansão, e elevado número de potenciais consumidores.

Com efeito:

Os espaços de comercialização foram se expandindo a partir das feiras, das entregas em domicílio, em lojas especializadas e supermercados, no caso de algumas *commodities* evoluiu para a exportação, o que levou o Ministério da Agricultura a se interessar pela regulamentação do setor (COSTA, 2017, p. 78).

No entanto, é importante esclarecer e reforçar que um conjunto de valores e práticas colocam em campos opostos a “agricultura orgânica” e “agricultura orgânica de mercado”. O seguinte quadro, apresentado por Venturini e Ugón (2007) ilustra bem estes campos:

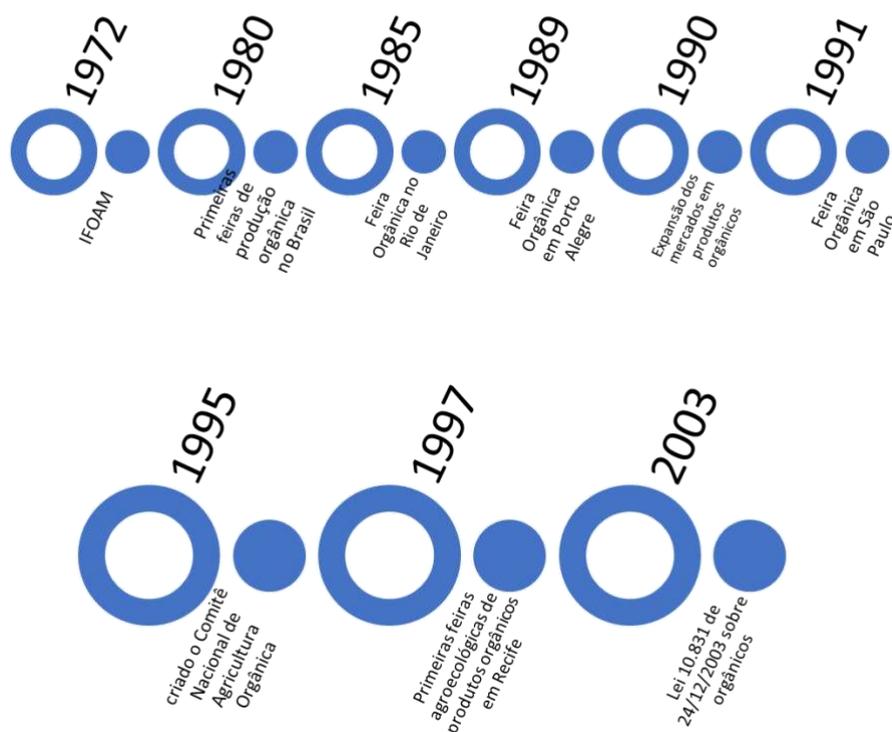
Esquema 3. Diferenças entre a agricultura orgânica e agricultura orgânica de mercado

AGRICULTURA ORGÂNICA	AGRICULTURA ORGÂNICA DE MERCADO
TECNOLOGIA	
Reprodução do agrossistema	Substituição de insumos
Natureza como matriz tecnológica	Produção limpa
Policultivo, associações e rotações	Monocultivo de orgânicos
Recuperação de novos equilíbrios	Controle de Praga (biológicos, etc)
Manejo de sucessão vegetal	Controle de ervas prejudiciais, daninhas
Recuperação dos novos ciclos dos nutrientes	Utilização de adubo natural
Enfoque de processos	Enfoque de produtos
ORGANIZAÇÃO SOCIAL	
Nova estrutura social	Manutenção do status quo
Organizações autônomas e democráticas	Integração Verde
Independência do agricultor	Dependência da cadeia orgânica
Baseada na agricultura familiar	Indiferente quanto a estrutura fundiária (pequena, médio e grande produtor)
Tecnologias transparentes e sociáveis	Pacote tecnológico orgânico
Soberania e segurança alimentar	Vantagens comparativas
Estruturas descentralizadas de processamento	Processamento centralizado
CIRCULAÇÃO DE MERCADORIAS	
Canais alternativos	Comercialização convencional
Transparência	Sem transparência
Solidariedade	Competição
integração	Exclusão
Benefício para toda a população	Benefício de grupos de interesse
Conhecimento mútuo entre os participantes	Anonimato

Fonte: MEIRELES, 2000.

No ano de 1995, foi criado no domínio da Secretaria de Defesa Agropecuária – DAS, do Ministério da Agricultura e Abastecimento, o Comitê Nacional de Agricultura Orgânica composto por uma representação paritária de membros do Governo e da Sociedade Civil Organizada, que foi incumbido de elaborar as normas e procedimentos para a normatização e a certificação da produção orgânica no Brasil (COSTA, 2017). Tal Comitê foi transformado no Colegiado Nacional de Produtos Orgânicos, instância que vem coordenando a implantação do processo de certificação de produtos orgânicos no país. Em 1997, a cidade do Recife, dá lugar as primeiras feiras de orgânicos (ARAÚJO, 2015). Abaixo podemos conferir, em uma linha do tempo, a institucionalidade e organização da produção orgânica no Brasil e no mundo, citada anteriormente.

Esquema 4. Alguns marcos da institucionalidade e organização da produção orgânica no Brasil e no mundo.



Fonte: COSTA, 2017.

Seguindo nesta direção, as ONGs ocuparam um papel importante na estruturação destes sistemas produtivos, assim como na organização dos agricultores para assumirem a gestão do processo de comercialização, dando prioridade ao mercado local, assentando o preço justo para o produtor e para o consumidor. Para tanto, entender o processo de produção e comercialização de orgânicos é necessário reconhecê-los como um produto de qualidade diferenciado. Essa

complexidade tem resultado na disseminação de normalização e regulamentação⁶⁷. Neste sentido, considerando os aspectos da comercialização do produto orgânico, ressalta-se, sob o ponto de vista do mercado interno, conseguir diferenciar um produto e apresentá-lo apropriadamente aos consumidores. Quer dizer que, o perfil do produto orgânico possibilita ocupar um mercado e preço mais estáveis, assim como, pode ser benéfico para o meio ambiente a partir da valorização dos sistemas sustentáveis. Medaets e Fonseca (2005) verificaram que esta diferenciação fortalece a agricultura familiar, e favorece a construção de padrões de produção orgânica e a definição dos sistemas de garantia⁶⁸ que assegurem o consumidor o atributo da qualidade orgânica.

Além disso, o controle social na venda direta sem certificação, acontece na comercialização de produtos orgânicos em circuitos curtos em que a proximidade entre produtores e consumidores permitem que se estabeleçam relações de confiança. Segundo o Art. 28, da legislação para os sistemas orgânicos de produção, “para que possam comercializar diretamente ao consumidor, sem certificação, os agricultores familiares deverão estar vinculados a uma organização com controle social cadastrada no MAPA ou em outro órgão fiscalizador”. Neste sentido, a confiança atribuída aos produtos orgânicos surge das cadeias curtas de relações construídas, a partir da diversidade de atores que fazem parte deste *espaço de reciprocidade*. Neste espaço, estes atores atestam a sanidade dos alimentos coletivamente e contribuem na expansão e disseminação desses tipos de mercados. Apesar disso, no momento da venda direta de produtos orgânicos aos consumidores, compreendido no art. 17 sobre comercialização, afirma que os agricultores familiares deverão manter disponível o comprovante de cadastro junto ao órgão fiscalizador (caso da Organização de Controle Sociais – OCS) (MAPA, 2009).

⁶⁷As certificações surgem como um critério de qualidade na produção, segundo especificações, e nas condições adequadas nas relações de trabalho. Outra questão de interesse dos mercados de qualidade está nos valores da “*appellations d’origine*” ou “apelação de origem”, que surge nos anos 1960 na França, como alternativa e estratégia para a agricultura familiar, pelo qual o modelo tinha o foco no nicho de produtos artesanais com grande demanda e apoio público (WILKINSON, 2008). A adoção de valores sociais como critérios de qualidade também se encontra regido com o movimento de *FairTrade*. A proposta do movimento *FairTrade*, que surge na metade dos anos de 1960, é de apoiar pequenos produtores que estão vinculados ao comércio justo, com objetivo de conseguir melhores condições comerciais “concebidas como justas” e, ao mesmo tempo, concretizar os mercados locais e expulsar a figura do atravessador pela compra direta a preços baixos

⁶⁸No capítulo IV, veremos como atuam os mecanismos de controle, os Sistemas Participativos de Garantia de Qualidade Orgânica e a conformidade dos orgânicos.

Finalmente, as relações de confiança, conforme destacada por Brunori (2007 apud CASSOL; SCHNEIDER, 2017), é um dos princípios básicos que favorece a construção e consolidação do espaço da feira, e na construção da qualidade do produto orgânico. De tal modo, o *valor-confiança* torna-se o elo chave para as motivações e justificações de consumo do alimento orgânico.

3.5 DIZ O QUE COMES, QUE EU TE DIREI QUEM ÉS: CONSUMIDORES DE ALIMENTOS ORGÂNICOS

“No passado, a percepção de qualidade do alimento estava baseada, principalmente na observação pessoal e nas redes sociais formadas na vizinhança direta” (RENTING et al, 2017: p. 31).

Nos últimos 30 anos, houve um crescimento contínuo e forte da produção orgânica em escala mundial, tanto do ponto de vista da superfície cultivada, quanto do número de agricultores que estão se convertendo para essa forma de produzir. Tal desenvolvimento responde, segundo Caldas e Anjos (2013), as conjunturas e aspectos bastante conhecidos, especialmente os que decorrem do interesse dos consumidores, cada vez mais direcionados ao consumo de produtos de qualidade diferenciada e que não oferece riscos à saúde das pessoas, e respeitem a natureza.

Deste ponto de vista, o desenvolvimento de novos comportamentos em relação ao consumo e a práticas coerentes não podem ser explicados exclusivamente sob o ponto de vista individual reflexivo, mas de um contexto maior de inovação social. As mudanças de comportamentos são geradas no domínio de processos coletivos. Este pensamento, supera o modelo determinista e individualista gerado pela economia neoclássica do comportamento do consumo. Há, uma nova necessidade de pensar as mudanças nos padrões de consumo integradas a nosso dia a dia. Interligado a esse contexto, as novas práticas alimentares de produtos orgânicos tornam-se particularmente interessante, porque junto a elas existem iniciativas promovidas pelos consumidores. Estas iniciativas criam formas inovadoras de pensar e agir em relação aos alimentos, transformando as práticas da produção ao consumo, e as relações de reciprocidade entre produtor e consumidor, estimulando a criação do sistema dádiva no espaço da feira.

Os circuitos curtos, como já visto neste capítulo, possibilitam as relações mais diretas entre estes atores sociais, já que são nesses espaços que os consumidores obtêm alimentos frescos, sazonais e com preços acessíveis⁶⁹ para os consumidores, e remuneração justa para o produtor. Na Holanda, por exemplo, há uma preocupação entre os cidadãos holandês, com os alimentos que consomem. Os consumidores deste país, como abordam Lips, Bruil e Renting (2015) estão receosos com os efeitos dos aditivos que mantêm a comida “fresca” e apresentável por muito tempo, a quantidade de embalagem (em sua grande maioria de plástico) utilizadas, e a distância que os alimentos percorrem desde a produção até a mesa do consumidor. É interessante pensar nesta situação, mesmo quando existem certificações formais que deveriam garantir ou extinguir qualquer preocupação com a cadeia produtiva dos alimentos, principalmente os orgânicos. Na base destas iniciativas, estes consumidores estão à procura da comida verdadeiramente fresca e saudável⁷⁰ (LIPS; BRUIL; RENTING, 2015), e motivados a contribuir para a economia local e a sustentabilidade da natureza e dos agricultores familiares. Em grande medida, essas mudanças vieram à tona, e, portanto, a soberania do consumidor é redefinida e reforçada, assumindo uma dimensão social, “em relação aos mecanismos e processos que lhe estão subjacentes, fortemente dependentes das interações sociais, quanto aos fins a que ela se propõe, em uma perspectiva que vê o interesse individual reformulado para abranger um horizonte social mais amplo” (ROSSI; BRUNORI, 2017, p. 85).

Essa perspectiva, apresenta a transição do consumidor reflexivo (individual) para o consumidor-cidadão (cidadania) com responsabilidade coletiva. O consumidor-cidadão fomenta seu engajamento cívico e responsabilidade nas práticas de consumo alimentar cotidianas, onde estão envolvidos diretamente nas redes alimentares alternativas que representam o compromisso coletivo com a reconstrução das infraestruturas social e técnico-

⁶⁹ Para saber mais, acessar o artigo de Davi Fantuzzi (2016), sobre a importância das feiras agroecológicas e os preços do produto orgânico: <https://www.cartamaior.com.br/?%2FEditoria%2FMeio-Ambiente%2FA-importancia-da-feiras-agroecologicas-para-as-cidades%2F3%2F36223>

⁷⁰ Processos produtivos sustentáveis precisam de uma nova estratégia comercial. Sistemas que atentam para o bem-estar animal, a natureza e as paisagens estão em sintonia com a noção que a sociedade tem de produção sustentável de alimentos. No entanto, no contexto holandês, isso implica aumento de preços. Apesar do apoio social, processos produtivos como esses ainda dificilmente são lucrativos. Torna-se primordial a criação de modelos alternativos de rendimentos e a abertura de mercados para compensar os custos adicionais de produção. Essas mudanças requerem novas formas organizativas dentro das cadeias alimentares, por exemplo, por meio de vendas diretas dos agricultores para os consumidores. Além disso, os produtores precisarão convencer os consumidores a considerar não apenas os preços, mas também tudo o que envolve o conceito mais amplo de sustentabilidade (LIPS; BRUIL; RENTING, 2015, p. 40).

econômicas que sustentam as atitudes e práticas relacionadas a produção e ao consumo de alimentos orgânicos (ROSSI; BRUNORI, 2017). Estes autores, juntos a Goodman e Dupuis (2002) falam sobre uma superação da divisão entre o *status* de “produtor” e de “consumidor”. Eles afirmam:

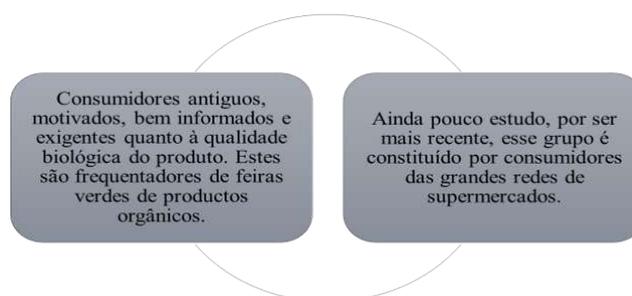
Essa estreita relação entre consumidores e produtores, que se desenvolve em torno de visões e objetivos compartilhados, parece abrir caminho para um outro conceito importante – aquele de um *status* único de “cidadão do alimento, coerente, aliás, com o de cidadania alimentar socialmente construída que fundamenta nossa abordagem (ROSSI; BRUNORI, 2017, p. 86).

Mas, afinal, o que leva, um consumidor ir até a feira agroecológica, e acreditar no alimento que compra diretamente ao produtor? Vimos anteriormente, que o *valor-confiança*, que baseia nosso argumento sobre a construção de um *espaço de reciprocidade* nas feiras agroecológicas, é a chave determinante para outras possibilidades de relações sociais que não seja a lógica mercantil: interesse pelo ganho de um lado e pela vontade de alcançar o melhor valor por outro. Ele tem a capacidade de assumir distintas formas, que incidem uma gama de valores e qualificação atribuída aos alimentos, e que justificam suas escolhas e práticas cotidianas no consumo de alimentos orgânicos. Nesta direção, segundo Cassol e Schneider (2017) afirmam que existem dois grupos de consumidores:

- Para este perfil, a confiabilidade do produto é atribuída aos mecanismos de controle formais de certificação – que pode ter sido produzido sem o uso de insumos ou de forma justa, considerando o critério técnico.
- Para o outro, os critérios técnicos não são tão relevantes, da qual a confiança nos alimentos decorre de critérios, que são resultados das interações direta com o produtor, como a amizade, o compartilhamento de valores, preocupações políticas relacionadas à manutenção da pequena agricultura.

Em função destas discussões sobre consumidores e o papel político que assumem nos espaços dos circuitos curtos de comercialização de alimentos orgânicos, Bauinain e Batalha (2007 apud DIAS et al, 2017) classificaram os consumidores de orgânicos em dois tipos:

Figura 13. Classificação dos consumidores de produtos orgânicos no Brasil.



Fonte: BAUINAIN; BATALHA (2007).

Uma pesquisa sobre o comportamento e a percepção do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil, em 2010, revelou que nas principais capitais do Brasil, a maioria dos consumidores orgânicos, 72% ainda compra em supermercados, mas uma outra parte compra produtos orgânicos em pequenos mercados, 42% vão a lojas especializadas e 35% recorrem a feiras orgânicas (KLUTH et al., 2011). Mesmo em países desenvolvidos, como a França por exemplo, esse percentual da busca de alimentos orgânicos em canais de vendas diretas é baixo (17%), em relação aos supermercados (47%), no ano de 2011, segundo a AGENCE BIO. Dados de 2018, demonstram que neste país, mais de 9 em cada 10 franceses declararam ter consumido produtos orgânicos e quase consomem orgânicos regularmente (ao menos uma vez no mês), e 12% consomem todos os dias (AGENCE BIO, 2019).

Neste sentido, em todas as definições acima citadas, o ponto convergente delas é a confiabilidade decorrente da relação entre produtor e consumidor. Para Caillé, a confiança é justamente o termo mediador para explicar por que os indivíduos permanecem juntos. No caso das feiras agroecológicas, ela (confiabilidade) colabora na constituição do *espaço de reciprocidade*, em que são depositadas nos (a) produtos orgânicos (se possui ou não agrotóxicos, no valor nutricional e ambiental); e nos (b) produtores (ética, reconhecimento social, reputação, amizade, satisfação, lealdade) e, finalmente, nas (c) formas de produção (artesanal, familiar, valorização cultural e étnico).

Foto 9. Produtor da Feira Agroecológica de Casa Forte (Recife), entregando as compras de produtos orgânicos à consumidora.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, 7 de julho de 2018.

Uma parcela significativa do consumidor de alimentos orgânicos, se posiciona como agente ativo na construção da qualidade do produto orgânico. Ao estabelecer o vínculo com o produtor - indo até a feira, usando seu tempo escolhendo (Foto 3.3.1), preparando o alimento e até mesmo visitando o sítio do produtor, a qualidade do alimento passa a ser o fator chave nesse processo, crescendo a necessidade de construir o *valor-confiança* (DIAS; RÉVEILLON, TALAMINI, 2017). É certo, que cada vez mais o consumidor consciente/consumidor-cidadão busca (e prioriza) nos mercados locais produtos ecológicos, de época e com preços justos. Juntamente a isso, esse consumidor que adquire produtos com a cara do consumidor, em que as características locais das comunidades sejam ressaltadas. Exemplo, o modo de vida, a valorização do saber-fazer, o cuidado com a paisagem entre outros. Esse conjunto de elementos de características singulares podem ser a marca local que os consumidores procuram.

Figura 14. A ilustração de um material educativo do MAPA demonstra que o consumidor tem o direito de saber quem produziu, o que está comprando, e ressaltando os valores atribuídos aquele produto a partir de sua origem (BRASIL, 2009).



Fonte: Elaboração: Ziraldo, 2009 (cartunista).

Não se trata de um ganho em quantidade, e sim de qualidade. O nascimento desta credibilidade intervém de maneira positiva, na valorização dos alimentos produzidos localmente e a produção orgânica, agroecológica e artesanal nos circuitos curtos de abastecimento de alimentos, e resgata a autonomia dos produtores.

3.6 MECANISMOS DE VERIFICAÇÃO E CONTROLE SOCIAL

A comercialização de produtos agrícolas não pode se ater apenas às regras do mercado de troca capitalista, neste sentido, é possível enxergar a possibilidade de distintos atores sociais e instituições se mobilizarem, produzindo vínculos sociais e construindo estratégias diferenciadas de comercialização. Ao mesmo tempo, a tendência ao consumo de produtos frescos, saudáveis e tradicionais cria e recria nichos de mercado, onde comercializam produtos advindos da agricultura familiar nem sempre visados e explorados por grandes empresas, em centros urbanos (DIAS, 2005). De tal modo, as feiras agroecológicas constituem um espaço híbrido que funcionam entre o princípio da troca e o princípio de reciprocidade, fortalecendo o acesso dos agricultores familiares a mercados diferenciados.

No âmbito da globalização das trocas e através das regulamentações da Organização Mundial do Comércio sobre indicação de origem, desenvolve-se uma preocupação em torno da qualidade dos produtos da agricultura. Ou seja, a preocupação dos processos de produção e transformação desses produtos e as condições de conservação do ecossistema (SABOURIN, 2009). Com efeito, para garantir a origem do produto, as certificações de origem, selos, certificados de qualidade, surgem como um critério de qualidade na produção, segundo

especificações, e nas condições adequadas nas relações de trabalho. A venda dos produtos agrícolas não pode ser confundida apenas com o mercado de troca, mas deve ser avaliado como o momento em que o produtor rural estabelece relações de reciprocidade por meio de valores, como reputação e responsabilidade. São esses valores que irão garantir a legitimidade do produto, da sua certificação e qualidade (SABOURIN, 2009).

Posto isso, com o desenvolvimento dos movimentos e do mercado para produtos orgânicos, foi fundada em 1972 (em Versalhes, França) a Federação Internacional dos Movimentos de Agricultura Orgânica (IFOAM), a qual abriram o caminho para a formação do movimento orgânico e inseriu a codificação de padrões e regras internacionais para o setor orgânico (IFOAM, 2019). Tais normas, visam a sustentabilidade na agricultura, desde o campo, passando pela cadeia de valor até o consumidor, conscientizando o público e defendendo políticas sustentáveis, ao mesmo tempo que capacita e facilita a transição dos agricultores para a produção orgânica.

Neste contexto, no Brasil, segundo Araújo (et al, 2015) o movimento de intensificação de práticas orgânicas e agroecológicas, ocorrem a partir dos anos 1990. A regulamentação da produção orgânica no nosso país, passou por um processo histórico em que tentava atender os setores da área. Esse cenário apresentou dois polos de interesse: de um lado, o interesse econômico das grandes empresas certificadoras e dos grandes produtores que almejavam o interesse econômico do mercado internacional; e do outro, as organizações e movimentos da agricultura familiar que lutavam por garantir o direito de vender a sua produção orgânica em mercados institucionais, feiras locais, mercados de proximidade sem altos custos da certificação. Neste sentido, a legislação brasileira foi influenciada por vários princípios da agroecológica (já discutidos no capítulo 2).

A produção orgânica teve seu primeiro marco no ano de 2003, com o estabelecimento da Lei nº 10.831, resultado de uma negociação com a sociedade civil e o setor público: produtores, consumidores, instituições de pesquisa e fomento, processamento, extrativista etc. Essa lei passou dois anos em consulta pública, para finalmente estabelecer as normas e os padrões, tanto para a produção, quanto para comercialização, fiscalização e processamento orgânico. Como é importante que a legislação acompanhe as mudanças desse contexto, essa lei foi regulamentada pelo Decreto nº 6.323, de 29 de novembro de 2007, e por seis instruções normativas que complementam a regulamentação e garantem as normas de funcionamento desde a produção

até a comercialização. E para se ter um controle maior da demanda de consumo, a qualidade dos produtos orgânicos produzidos no Brasil é legitimada por três mecanismos de controle para a garantia: a Certificação por Auditoria, os Sistemas Participativos de Garantia e o Controle Social na Venda Direta. Juntos, a Certificação e os Sistemas Participativos de Garantia formam o “Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica” (SisOrg) e são realizadas por “Organismos de Avaliação e conformidade Orgânica”⁷¹ (BRASIL, 2012). Neste sentido, o produtor que almeja comercializar produtos orgânicos deverá se credenciar no Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos e no Cadastro Nacional de Atividades Produtivas.

O primeiro mecanismo, a **Certificação por terceiros** (“Certificadoras”) se dá por meio de empresas públicas ou privadas, com ou sem fins lucrativos, que ocorre em outros países. As Certificadoras devem possuir cadastro junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), isto é, são empresas, entidades que se habilitam ao Mapa a prestar esse serviço à sociedade civil. Ela obedece aos procedimentos e critérios estabelecidos internacionalmente, além dos requisitos exigidos pela legislação brasileira. Estas devem garantir que cada unidade de produção e comercialização certificada, através do processo de auditoria, cumpra todas as exigências. As certificadoras têm por responsabilidade, além da prestação de serviços de certificação a produtores individuais e grupos, avaliar e seguir os regulamentos técnicos e procedimentos da produção orgânica, acompanhar em 100% os produtores em visitas programadas ou sem aviso prévio nas unidades, atender a denúncias, e manter os clientes atualizados quanto as normas vigentes. Segundo o entrevistado: *É um processo mais sofisticado. Na realidade ele cabe para médio e grandes produtores, porque tem um custo muito alto da certificadora. Evidentemente esse custo alto, tem que ser embutido nos preços dos seus produtos, e repassado para o consumidor. Então a certificação não é atividade pra pequeno e microprodutor (VLADIMIR OLIVEIRA, AUDITOR FISCAL/ MAPA, 2018).*

O segundo mecanismo, trata-se dos **Sistemas Participativos de Garantia (SPG), ou “certificação participativa”** onde podemos definir como um processo de certificação que uma organização, uma cooperativa ou uma entidade da sociedade civil lide com a produção orgânica ou mesmo incentive a produção, estabeleça dentro de sua organização critérios e padrões para

⁷¹ Possuem procedimentos definidos para a emissão das Declarações de Transação Comercial por eles mesmos ou pelas unidades de produção que eles controlam. Essas declarações devem conter as informações qualitativas e quantitativas sobre os produtos comercializados e garantir o controle e a rastreabilidade deles (BRASIL, 2012).

fazer sua certificação. É uma “auto certificação”, que a empresa não pode vender e é destinada somente para certificar os seus produtos. Ela caracteriza-se de acordo com o Mapa (2012) pelo controle social⁷² e pela responsabilidade solidária⁷³. Esse tipo de certificação que apenas existe no Brasil (à exemplo das experiências como a Rede EcoVida, no Sul do Brasil; e a Eco Araripe e a Sertão Pajeú, localizadas no Estado de Pernambuco), é caracterizado pela responsabilidade coletiva dos membros do sistema, que podem ser produtores, consumidores, técnicos e demais interessados (PIZZAIA et al, 2017). Para ter existência legal, um SPG deve possuir um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC) cadastrado no Mapa, que responderá pela emissão do selo. De acordo com o auditor do Mapa, em entrevista: *Recebem o selo “produtos certificados”. Esses produtos podem ser comercializados em qualquer seguimento, supermercados, feiras. Eles só não estão habilitados a serem exportados ainda.*

Deteremos maior atenção a terceira certificação, por atender os propósitos desta pesquisa. A **Organização de Controle Social (OCS)** é uma das formas de garantir a qualidade orgânica, disponível aos agricultores familiares organizados em grupos, associações, cooperativas ou consórcio, com ou sem personalidade jurídica, que cumpram as exigências técnicas da produção orgânica. Mas para que a organização seja reconhecida pela sociedade e ganhe credibilidade, é necessário que exista entre os participantes uma relação de organização, comprometimento e confiança. O Brasil é o único no país no mundo que possui este tipo de mecanismo de garantia, servindo de inspiração para outros países na América Latina, segundo afirma Fantuzzi (2018), em entrevista: *Essa coisa das OCS's, outros países da América Latina até se inspiraram na gente para ter. Porque outros países não têm esse negócio de dentro do sistema de garantia.*

As organizações e atores sociais envolvidos neste mecanismo, devem estar cadastrados junto ao MAPA, para comprovar aos seus consumidores a sua condição de produtor orgânico. Com a OCS, o agricultor familiar tem a oportunidade de comercializar sua produção na venda direta ao consumidor (sem intermediários) nas feiras agroecológicas, à merenda escolar, através

⁷² “É um processo de geração de credibilidade, necessariamente reconhecido pela sociedade, organizado por um grupo de pessoas que trabalham com comprometimento e seriedade. Ele é estabelecido pela participação direta dos seus membros em ações coletivas para avaliar a conformidade dos fornecedores ao regulamento técnicos da produção orgânica” (Mapa, 2012, p. 9).

⁷³ Acontece quando todos os participantes do grupo se comprometem com o cumprimento das exigências técnicas para a produção orgânica e responsabilizam-se de forma solidária nos casos de não-cumprimento delas por alguns dos seus membros (Mapa, 2012, p. 9).

do Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE, ou à CONAB (Programa de Aquisição de Alimentos – PAA) (Mapa, 2012).

Este mecanismo de garantia, foi regulamentado a partir do Decreto Nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007, na Instrução Normativa nº 64, de 18 de dezembro de 2008, que abriu uma exceção à obrigatoriedade da certificação de produtos orgânicos para a venda direta por agricultores familiares aos consumidores finais. A legislação brasileira determina que as OCS's e seus membros se cadastrem nas Superintendências Federais de Agricultura do Mapa. Para possuir o cadastro é necessário “estabelecer um plano de manejo orgânico para cada unidade produtiva; preencher formulários com os dados e solicitações, criar um processo descritivo sobre a produção e comercialização que garanta a rastreabilidade e, por fim, todos os integrantes assinam um termo de compromisso com o cumprimento das regulamentações técnicas” (PIZZAIA et al, 2017, p. 4). Sobre isso, Fantuzzi (2016) reforça: *Esses agricultores passam a constar em um cadastro nacional de produtores orgânicos, mas que não podem utilizar o selo de orgânicos nos seus produtos. Eles devem exibir na barraca o seu cadastro e ainda permitir que seus consumidores visitem sua propriedade para que possam verificar o que é produzido e de que forma. Também permitem a entrada dos órgãos de fiscalização sempre que preciso.* Assim que a organização estiver cadastrada, o órgão fiscalizador deve emitir um documento, chamado de Declaração de Cadastro (**Foto 10**) para cada produtor vinculado a ela. É obrigatório este documento estar exposto no momento da venda direta de produtos orgânicos para os consumidores (**Foto 11**)

Foto 10. Exemplo de declaração de cadastro do produtor vinculado a OCS, fornecido pelo Mapa

N.º
UF
BR

(IDENTIFICAÇÃO DO ÓRGÃO FISCALIZADOR)

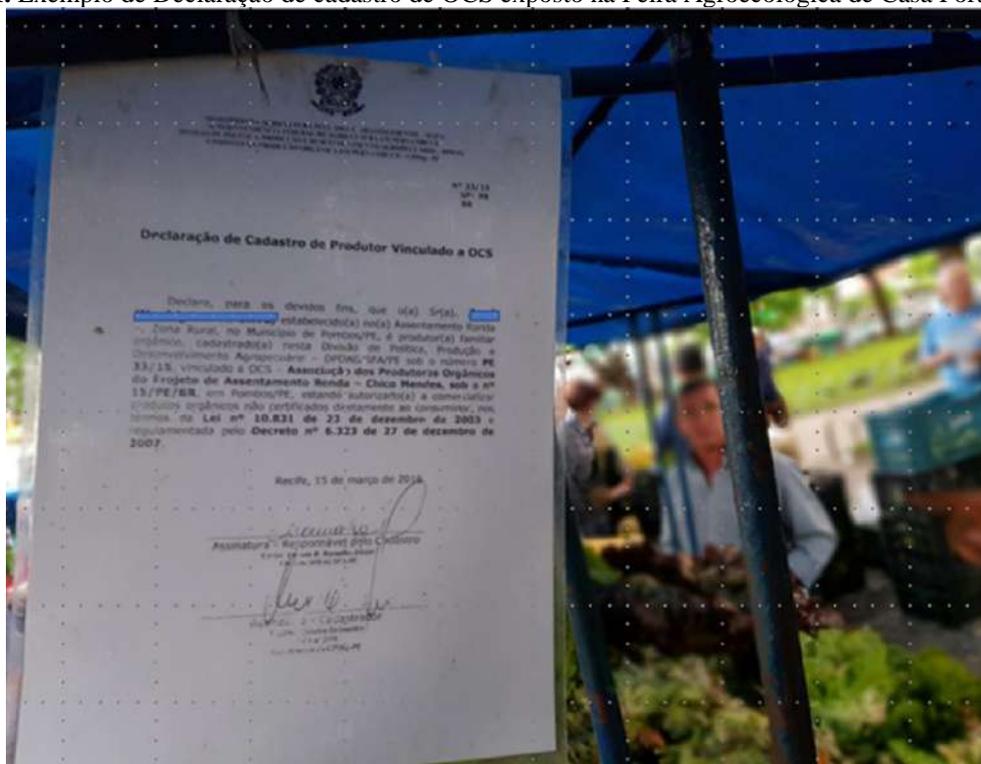
Declaração de Cadastro de Produtor Vinculado a OCS

Declaro, para os devidos fins, que o(a) Sr.(a) _____
estabelecido a _____
Município de _____ UF _____
é produtor(a) familiar orgânico(a) cadastrado(a) neste _____, sob
número _____, vinculado a OCS _____, estando
autorizado(a) a comercializar produtos orgânicos não certificados diretamente ao consumidor, nos termos da Lei nº
10.831, de 23 de dezembro de 2003 e regulamentada pelo Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007.

_____, ____/____/_____
Assinatura e carimbo do Responsável pelo cadastro

Fonte: BRASIL, 2009.

Foto 11. Exemplo de Declaração de cadastro de OCS exposto na Feira Agroecológica de Casa Forte.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, 2018.

3.7 AS FEIRAS LIVRES DE VENDA DIRETA DE ALIMENTOS NO BRASIL: ELEMENTOS INICIAIS SOBRE A FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE

Debatemos até aqui, a importância do desenvolvimento de redes alimentares alternativas frente ao contexto hegemônico agroalimentar, e, respectivamente, seu significativo papel de inovação sobre a agricultura e o alimento. As problematizações traçadas foram delineadas por alguns autores, para citar alguns, como Sabourin (2009); Nierdele; Almeida (2013); Lips; Bruil; Renting (2015); Cassol; Schneider (2017). Para fins de nossa pesquisa, os referidos autores nos dão suporte teórico sobre o *valor-confiança*, e compartilham o argumento sobre as relações sociais desenvolvidos nestes *espaços de reciprocidade*, reconectando produtores e consumidores para além das relações econômicas.

No âmbito de uma economia globalizada, novas formas de projetos coletivos ressurgem pautadas em reciprocidade e manejo de bens comuns. Uma estratégia singular é proposta pelas feiras livres de venda direta, que consistem em investir na ocupação de nichos de mercados por meio da qualificação de produtos típicos da agricultura familiar (SABOURIN, 2009). Segundo essa lógica, essas práticas abrangem um complexo de relações e modos de funcionamento que as caracterizam enquanto um mercado diferenciado. Perante esse contexto, a literatura (ARAÚJO, 2015; MELO, 2012; GAZOLLA, 2017) aponta como a relação entre feiras livres de venda direta e agricultura familiar tornam-se importantes em um mundo marcado pela forte competitividade, que caracteriza a globalização da economia. Como observado anteriormente, a crise do atual modelo de desenvolvimento, que vem suscitando a busca por outros valores além do acúmulo e consumo de produtos industrializados e qualidade de vida, estabelece as formas de redes socioeconômicas que podem a constituir (SABOURIN, 2009).

A partir do contexto supracitado, na tese de doutorado de Samuel Melo (2012) ele procura compreender as práticas sociais de feirantes agricultores familiares de Água Branca e Delmiro Gouveia, no Alto Sertão de Alagoas (Brasil), tendo como ponto central identificar quais são os aspectos dessas práticas que revelam a reprodução social destes sujeitos. Diante desta problemática, para o autor, essas práticas acontecem através das conexões firmadas pelas teias de relações entre Agricultura Familiar e Feiras. O trabalho do autor se aproxima dos nossos propósitos, especificadamente ao que ele chama de *figurações sociais*, que são reconstruídas:

(...) pelas ações dos sujeitos diante dos fatores objetivos das inter-relações sociais, econômicas, políticas e culturais; que se manifestam através dos fatores subjetivos

como confiança, reputação, honra e responsabilidade dos feirantes acerca de suas próprias experiências (MELO, 2012, p. 9).

Por este viés, já sinalizada por Chayanov, (1974 apud WANDERLEY, 2009), no contexto russo, a agricultura, na sua análise, já reconhecia no produtor familiar um agente social do progresso, legitimando-o do ponto de vista social e político as possíveis formas do futuro desenvolvimento da unidade econômica camponesa. Com este intuito, de acordo com Wanderley (2009), a produção familiar precisava ser transformada, potencializada, preservando as forças sociais que lhe servem de base. Além disso, a agricultura familiar vem sendo reconhecida pelas múltiplas funções que cumpre na produção de alimentos, na geração de emprego, na produção de riquezas e na conservação de paisagens ambientais (WANDERLEY, 2009). Coerente a esse enfoque pode-se observar que as atuais preocupações em torno da agricultura familiar trazem à tona outros elementos que extrapolam a dimensão econômica. Nesse aspecto, a reprodução socioeconômica das famílias rurais vincula-se à geração de trabalho e renda, que permitirá a permanência da família na localidade em condições dignas, desempenhando, assim, um papel central na reprodução econômica e social dessas famílias rurais (CAZELLA, BONNAL & MALUF, 2009). Compreende-se, desta forma, que a produção agrícola das famílias rurais, juntamente com as cadeias curtas de alimentos, promove às interações pessoais decorrentes da possibilidade de os consumidores comprarem seus alimentos diretamente dos produtores, sem qualquer intermediação.

Enquanto um tipo de cadeia curta, as feiras livres, foram vistas por muito tempo como formas ultrapassadas e como modelo tradicional de mercado, sem atenção dos estudiosos e do Estado. Suas origens estavam ligadas, em parte, “ao excedente da produção da agricultura familiar”, que pela necessidade de escoar a produção realizavam as trocas dos seus produtos (MELO, 2012, p. 73). Por outro lado, as feiras passaram a ocupar, ao longo do tempo e na sociologia, uma ampla representação social, econômica e política. Neste sentido, para este autor, os governos e as autoridades mostraram grande interesse quanto a existência de feiras em suas regiões, porque elas aumentam um fluxo de recursos – ambiental, econômico, social e político, para aquela localidade (MELO, 2012). Igualmente, apontamos para a importância das feiras, como lugar de legitimidade social dos pequenos produtores e da comercialização dos alimentos produzidos localmente. E, ao apontar a feira como um entendimento de espaços relações e transações, Melo (2012, p. 73) conclui que “há que se compreender, todavia, a feira não como um final de um ciclo, mas como instrumento de um efetivo desempenho na dinâmica sócio-econômico-cultural, ou quando, por exemplo, grupos sociais procuram dar um outro

sentido a elas”. Portanto, por este mesmo caminho, as feiras ecológicas de venda direta, comercializam diretamente ao consumidor produtos somente da sua rede de comercialização ou do agricultor (DAROLT; LAMINE E BRANDEMBURG, 2013) – do qual a presença é imprescindível para o reforço do laço interpessoal, e para possibilitar o nascimento do *valor-confiança*. O que estamos chamando de *valor-confiança*, Martins (2019, p. 45) salienta como um atributo que apenas se desenvolve primariamente no nível das relações da dádiva, no dar ao outro gratuitamente um crédito de honra, no acreditar que ao se dar esse crédito a alguém ele será retribuído com algo que faça circular adequadamente a confiança depositado no início.

O mercado de produtos orgânicos desenvolve-se a partir da comercialização em circuitos curtos, principalmente em feiras locais. Os exemplos espalham-se pelo Brasil e pelo exterior, onde grande número de consumidores mantém-se fiel a esses espaços de troca.

Por este caminho, no contexto brasileiro, os estudos pioneiros sobre as feiras livres de Garcia (2002), certificam a validade social e sociológica desses espaços, em especial no Nordeste do país, enquanto espaços hierarquizados econômica e simbolicamente. Segundo a autora, destes espaços emergem distintas relações, interações e formas de trocas, que se consolidam como rede de transações de produtos, significados e pessoas. Ao mesmo tempo que, todos estes elementos colaboram de forma decisiva à reprodução social da agricultura familiar, ainda no âmbito do Nordeste, este contexto ganha particular atenção, pois, além de estruturarem formas de comércios particulares, estas feiras se mantêm como espaços onde é possível encontrar produtos típicos da região – goma de tapioca, raízes e ervas medicinais, feijão verde) (CASSOL; SCHNEIDER, 2017). Além da importância sociocultural, uma vez que elas são muito mais que apenas espaços de transações comerciais, são espaços de interação entre pessoas e que ainda preservam a diversidade da nossa cultura e alimentar (FANTUZZI, 2016). Somado a isto as feiras livres compõem a paisagem das pequenas às grandes cidades.

No Brasil, de acordo com uma pesquisa desenvolvida em 2014 pelo Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), foram identificadas 5.119 feiras livres, entre 1.176 municípios, e deste total 83% possui periodicidade semanal (MDS, 2015). Esta pesquisa demonstrou também que em 624 municípios, 1.331 feiras são agroecológicas ou com produção orgânica (MDS, 2015). Diferentemente das feiras livres, boa parte das feiras orgânicas e agroecológicas encontram-se nos municípios com menos de 50 mil habitantes (44%), seguido pelas capitais (32,5%) (CASSOL; SCHNEIDER, 2017). Se compararmos estes

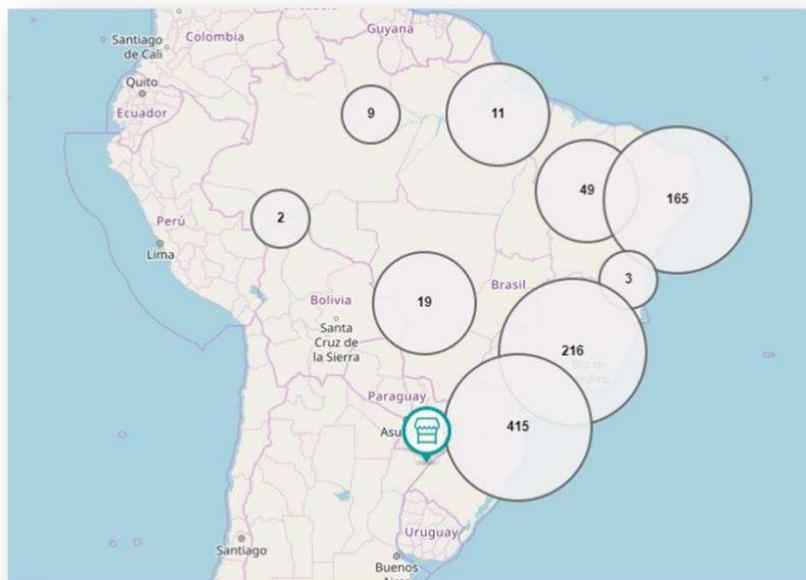
dados com a pesquisa realizada em 2012 pelo Instituto de Defesa do Consumidor (Idec⁷⁴), que constatou a existência de 140 feiras ecológicas certificadas em 22 das 27 capitais brasileiras, percebemos um aumento no número de feiras com venda de produtos orgânicos.

O levantamento de dados, realizado junto ao Fórum Nacional das Entidades Civis de Defesa do Consumidor (FNECDC), teve como resultado um mapa interativo⁷⁵ (figura 15). Neste mapa é possível encontrar a localização, o horário de funcionamento, e os principais alimentos comercializados, e algum mecanismo de controle que comprove a origem orgânica, de feiras agroecológicas nas 27 capitais do Brasil. A pesquisa revelou também a ausência de feiras agroecológicas em algumas capitais, como Boa Vista (Roraima), Cuiabá (Mato Grosso), Macapá (Amapá), Palmas (Tocantins) e São Luis (Maranhão). Este contexto aponta que a quantidade de feiras orgânicas nas diferentes cidades, parece ser uma radiografia inversa do mapa da produção convencional de alimentos (CHAROUX, 2012). Como exemplo, a pesquisadora do IDEC chama atenção para a capital Cuiabá, um dos polos do agronegócio brasileiro, onde não foi localizada nenhuma feira deste perfil.

⁷⁴ É uma associação de consumidores sem fins lucrativos, independente de empresas, partidos ou governos. Fundado em 1987 por um grupo de voluntários, tem como missão orientar, conscientizar, defender a ética na relação de consumo e, sobretudo, lutar pelos direitos de consumidores-cidadãos (IDEC, 2019).

⁷⁵ Para saber mais: www.feirasorganicas.org.br

Figura 15: Mapeamento de feiras orgânicas no Brasil (2019).



Fonte: <https://feirasorganicas.org.br/>

Os dados apresentados anteriormente nos direcionam ao nosso contexto regional, no Nordeste brasileiro, onde existem 197 feiras orgânicas, ocupando o 3º lugar, atrás apenas do Sudeste – com 279 feiras orgânicas, e Sul – com 210 feiras orgânicas) (FEIRASORGANICAS, 2019). Mesmo com um número significativo em relação a canais de escoamento de vendas diretas, a região Nordeste, segundo dados do Censo Agropecuário do IBGE (2006), comercializa principalmente com intermediários (39,09%), ficando atrás as vendas diretas aos consumidores (12,57%). Este fato pode ser explicado em um âmbito maior, quando a nível mundial, segundo o relatório *International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development*⁷⁶ (IAASTD) (2008 apud DAROLT, 2015) a falta de investimentos em formação de agricultores, serviços e infraestrutura para comercialização em cadeias curtas, assim como a forte presença do agricultura hegemônica, tem dificultado a agricultura familiar em muitos países. Entretanto, de modo geral, segundo Gazolla (2017), a

⁷⁶A Avaliação Internacional do Conhecimento Agrícola, Ciência e Tecnologia para o Desenvolvimento (AASTD) foi um esforço colaborativo internacional de três anos (2005–2007) iniciado pelo Banco Mundial em 2002, que avaliou a relevância, a qualidade e a eficácia do conhecimento agrícola, ciência, tecnologia e eficácia das políticas e arranjos institucionais dos setores público e privado. O projeto envolveu 900 participantes e 110 países com o co-patrocínio da FAO, *Global Environment Facility*, PNUD, PNUMA, UNESCO, Banco Mundial e OMS. Ele avaliou o conhecimento agrícola, a ciência e a tecnologia em relação às metas de desenvolvimento e sustentabilidade de reduzir a fome e a pobreza, melhorar a nutrição, a saúde, os meios de subsistência rurais e facilitar a sustentabilidade social e ambiental. Os resultados do projeto foram revisados e ratificados durante a reunião plenária intergovernamental de 7 a 12 de abril de 2008, em Joanesburgo, África do Sul.

região Nordeste se destaca como primeiro posto em valor de produção, sendo responsável por 41,42%. Segundo o autor, isto é, devido à grande quantidade de estabelecimentos agropecuários de agricultura familiar estarem inseridos nesta região.

Trazendo para o contexto do nosso estudo empírico, o estado de Pernambuco vem se notabilizando pelo número de iniciativas de criação e sustentação de feiras de produtos orgânicos, com princípios agroecológicos (ARAÚJO, 2015). Segundo os dados, o estado de Pernambuco (Figura 16), engloba 67⁷⁷ feiras orgânicas, entre as 197 existentes, colocando o estado em 2º no *ranking* nacional (FEIRAS ORGÂNICAS, 2019). Esse contexto de protagonismo, é devido também ao Estado, que por meio do Decreto nº 46.857, de 7 de dezembro de 2018, instituiu a Comissão Estadual Agroecológica e de Produção Orgânica do Estado de Pernambuco. A iniciativa visa a elaboração, de forma participativa, da política e do plano estaduais de agroecologia e produção orgânica (Diário Oficial do Estado de Pernambuco/DOE-PE, ANO XCV – Nº232, 2018).

Para a instituição da mencionada comissão foi levada em consideração os seguintes pontos:

CONSIDERANDO que a Agroecologia vem se firmando e se consolidando como referência para o alcance de um modo de vida mais saudável, a partir da produção de alimentos e da sua relação equilibrada com o meio ambiente;

CONSIDERANDO o desenvolvimento sustentável da agricultura, o progresso em direção a sistemas alimentares inclusivos e eficientes, assim como a promoção do círculo virtuoso entre a produção de alimentos saudáveis e proteção dos recursos naturais;

CONSIDERANDO que a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica - PNAPO e o Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica - PLANAPO representam avanços do país na consolidação da Agroecologia como meio de produção de alimentos saudáveis;

CONSIDERANDO a necessidade do Estado em conjunto com os Movimentos Sociais e as Organizações da Sociedade Civil envidar esforços para construir, incorporar e desenvolver uma Política e um Plano de Agroecologia e Produção Orgânica que efetivamente favoreçam e incentivem modalidade alternativa de produção alimentícia (Decreto nº 46.857, de 7 de dezembro de 2018).

⁷⁷ As 67 iniciativas localizam-se (por ordem alfabética) nos municípios de Araripina (3), Belo Jardim (1), Bom Jardim (1), Caruaru (3), Custódia (1), Gravatá (1), Ipubi (2), Jaboatão dos Guararapes (3), Limoeiro (1), Olinda (2), Petrolina (2), Quixaba (1), Recife (capital)(41), Rio Formoso (1), Santa Cruz da Baixa Verde (1), Serra Talhada (1), Sirinhaém (1) e Vitória de Santo Antão (1).

Figura 16. Mapeamento de feiras orgânicas no estado de Pernambuco (2019).



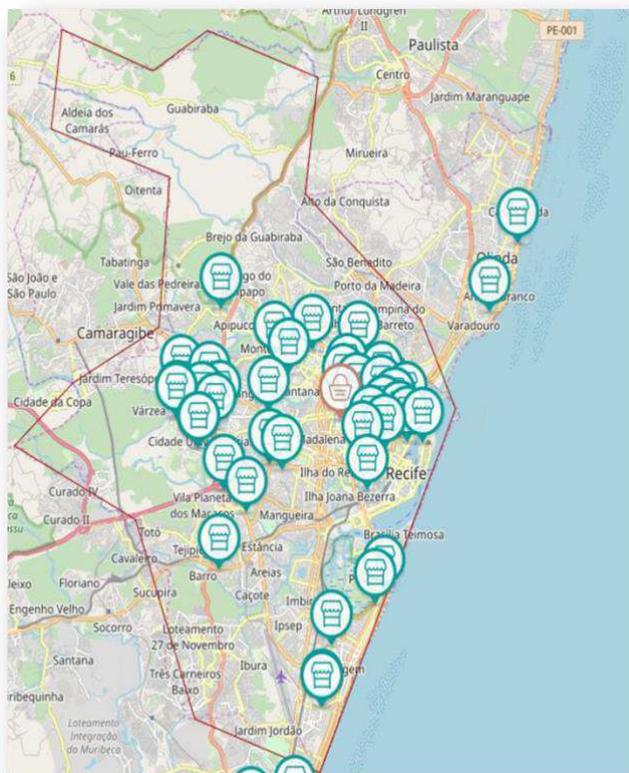
Fonte: <https://feirasorganicas.org.br/>

A capital de Pernambuco, Recife ocupa o 2º lugar (figura 15) com 41 feiras orgânicas, ficando atrás apenas da cidade do Rio de Janeiro (RJ) com 43 feiras orgânicas. As primeiras feiras agroecológicas em Recife, datam no ano de 1997 (ARAÚJO, 2015). A implementação dessas feiras, segundo este autor, tem como principais instituições de referência o Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá⁷⁸ e o serviço de Tecnologia Alternativa (SERTA) (ARAÚJO, 2015, p. 45). O Centro Sabiá, foi pioneiro e facilitador na implementação de espaços de comercialização de produtos alimentares advindos da agricultura familiar. A ONG foi responsável junto a Associação dos Amigos do Meio Ambiente de Gravatá⁷⁹, a criarem no ano de 1997, segundo Araújo (2015), o “Espaço Agroecológico” para a comercialização de produtos sem agrotóxicos e aditivos químicos. A capital Recife foi a escolhida para abrigar esta feira, no bairro das Graças – a primeira feira agroecológica da capital de Pernambuco.

⁷⁸ O Centro Sabiá é uma organização não governamental com sede no Recife, Pernambuco, fundada em 1993, que trabalha para promoção da agricultura familiar dentro dos princípios da agroecologia. Desenvolvendo e multiplicando a Agricultura Agroflorestal, também conhecida como Agrofloresta ou Sistemas Agroflorestais. Juridicamente é uma associação civil de direito privado sem finalidade econômica, de natureza técnico-ecológica e educacional (CENTRO SABIÁ, 2019).

⁷⁹ Município do Agreste do estado de Pernambuco.

Figura 17. Mapeamento de feiras orgânicas no Estado de Pernambuco (2019)



Fonte: <https://feirasorganicas.org.br/>

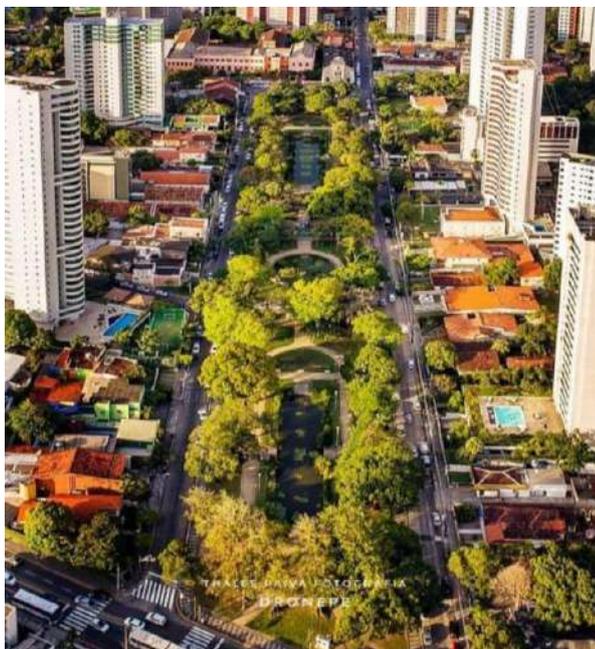
Tendo em vista as motivações da pesquisa e o embasamento teórico descrito nos tópicos anteriores, foi realizada uma pesquisa empírica com a intenção de obter mais conhecimento a respeito de aspectos sobre a formação e a reprodução de um *espaço de reciprocidade*, envolvendo produtores e consumidores de produtos orgânicos na Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF), localizada na capital Recife – explorando em particular, o entendimento da conformação do *valor-confiança* e de outros valores no plano das relações interpessoais, e no plano das relações funcionais.

A seguir, nesta parte do texto, iremos nos deter apenas nas informações elementares sobre a FACF, para no próximo capítulo contemplar as questões mais amplas pretendidas nesta pesquisa. Como dito acima, a análise pretendida nesta pesquisa compreende um estudo de feira agroecológica estabelecida em Recife, localizada em um dos bairros mais ricos da capital, do qual associa seu nome - o bairro de Casa Forte. O bairro de Casa Forte se caracteriza não só pode ter sido palco do conflito ocorrido em 17 de agosto de 1645 (nome da avenida que corta o bairro atualmente) entre pernambucanos e holandeses. “Casa Forte” era o nome da casa-

grande do engenho pertencente à Anna Paes, e foi um dos últimos redutos da resistência flamenga, por ocasião da Insurreição Pernambucana (VAINSENER, 2009). Já no século XIX, a casa-grande do engenho passa a ser conhecida como Casa Forte, nome usado em toda propriedade, pelo povoado e, posteriormente, ao futuro bairro. No século XX, no ano de 1933, o pátio em frente à igreja é revitalizado através da intervenção do Prefeito Antônio de Góes, e se torna uma das mais belas praças do Recife (VAINSENER, 2009). No ano seguinte, em 1934, o projeto de Casa Forte irá abrigar sua principal característica: o projeto paisagista idealizado por Roberto Burle Marx. Popularmente conhecido como “Burle Marx”, na época era diretor de Parques e Jardins do Governo do Estado de Pernambuco. Assim, de acordo com Vainsencher (2009), a praça de casa forte, inspirada em moldes franceses, e concebida como um espaço livre, público, inserido dentro da malha urbana.

[...] ressaltava não apenas o aspecto paisagístico, criando cenários de rara beleza, mas ainda a questão ecológico-ambiental. Segundo a opinião de alguns especialistas, o logradouro se enquadra na categoria de 'praça de profundidade' em relação à igreja, que se situa ao fundo, pois seus elementos de composição estão distribuídos simetricamente em direção à fachada principal daquela construção

Foto 12: Imagem aérea da Praça de Casa Forte, 2018.



Fonte: THALES PAIVA – DRONE PE, 2018.

A Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF), teve seu início em maio de 2004, e é considerada a maior feira de produtos orgânicos da Região Metropolitana do Recife (RMR), com 54 barracas (à época do estudo), seguida da Feira do Rosarinho (23), Ceasa (22); Feira das Graças; Feira de Boa Viagem (14) e Feira do Espinheiro (11). Ela também é a mais antiga feira, já tendo completado 15 anos em atividade. Neste sentido, veremos no próximo capítulo, os aspectos de organização, de legislação da Feira Agroecológica de Casa Forte, bem como, elementos que colaboram para ela constituir-se enquanto rede alimentar capaz de estabelecer transações entre diferentes atores sociais. Estes, se encontram imersos em um *espaço de reciprocidade* que é justificado por suas práticas de produção e consumo, e construir relações de confiança entre si.

4 AS DETERMINAÇÕES LEGAIS E AFETIVAS DOS SISTEMAS DE TROCAS DA FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE (FACF): A FORMAÇÃO DE UM ESPAÇO DE RECIPROCIDADE

Como discutido nos capítulos anteriores, a performance do atual sistema agroalimentar tem o poder de influenciar a forma nos alimentamos, assim como, na geração de inúmeros problemas ambientais e de saúde. Somado a isto, destacamos como parte deste processo, a implicância na relação entre produtores e consumidores, reforçando a ideia clássica de distanciamento entre o rural e o urbano. Entretanto, este modelo vem fomentando ao mesmo tempo, o surgimento de novos circuitos alimentares, com enfoque na produção da agricultura familiar.

No contexto brasileiro, nos últimos anos essas experiências vêm se expandindo e diversificando com a valorização da produção local, mas também para a garantia da segurança e soberania alimentar das populações rurais e urbanas – onde as feiras agroecológicas também estão situadas. O fato dessas redes serem consideradas alternativas ao modelo “convencional” de produção alimentar, não quer dizer que estes espaços sejam opostos ou contraditórios a tal modelo. O que diferencia estas redes do modelo convencional, é por serem capazes de desenvolver formas distintas de produção e consumo, a exemplo das cadeias curtas alimentares, que estão assentadas em relações e significados culturais que emergem como orientadores de (novas) práticas e serviços locais. Essas novas práticas, revalorizam conhecimentos em torno dos alimentos e, em outros casos, reconectam produtores e consumidores através de valores e princípios - distantes da lógica econômica, mas principalmente através do que chamamos aqui de *valor-confiança*. As relações de confiança tornam-se um dos princípios básicos, que permitem e sustentam a consolidação de formas diferenciadas de produzir e consumir. Nosso argumento, como destacado por Cassol e Schneider (2017) é que ao interagirem, os atores sociais envolvidos no espaço da feira agroecológica, acabam compartilhando valores sociais e culturais que são responsáveis pela geração de uma relação mútua de confiança.

Tendo em vista as motivações da pesquisa e o embasamento teórico descrito nos tópicos anteriores, foi realizada uma pesquisa empírica⁸⁰ no intuito de compreender e analisar como se estabelece a construção de um *espaço de reciprocidade* inspirado na Feira Agroecológica de

⁸⁰A metodologia utilizada na coleta de dados foi apresentada em detalhes na Introdução.

Casa Forte (FACF), envolvendo seus atores sociais (produtores, consumidores e instituições governamentais e não-governamentais) no contexto em que as práticas de aproximação e confiança se sobrepõem as disputas baseadas meramente no interesse econômico e de adversidades. Neste sentido, a partir das observações de campo realizadas, este capítulo apresenta as análises e discussões dos dados coletados na FACF, explorando em particular, o entendimento das esferas “relações práticas” e “relações afetivas”, ambas formadas a partir de um elemento central: o *valor-confiança*. Para esta reflexão, foi possível observar que há uma interação entre os grupos que ultrapassa o espaço físico e a relação econômica. Isto implica afirmar que a FACF, enquanto uma rede alimentar capaz de estabelecer transações entre os diferentes atores sociais, engloba também elementos que são utilizados para justificar suas práticas de produção e de consumo, assim como, para construção de relações de confiança. Dito isso, a seguir iremos pontuar a importância da FACF como instrumento para o fortalecimento da agricultura familiar.

4.1 DESVENDANDO A FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE (FACF)

As iniciativas bem-sucedidas em circuitos curtos de alimentos acontecem, porque são formadas por atores sociais que circulam nestes espaços, a priori, em busca de um produto “fresco”, saudável e sustentável. Junto a isso, a construção de aspectos imateriais relacionados com a forma de produção do alimento orgânico e por quem é produzido, é integrado à valores sociais como confiança, reciprocidade, amizade, lealdade, afetividade, memória e interconhecimento. Como sugerem Darolt, Lamine e Brandenburg (2013), a combinação de circuitos curtos com as características da produção orgânica estão em sintonia com o trabalho familiar, autonomia dos agricultores, ligação forte com o consumidor, preservação da biodiversidade, valorização da paisagem, qualidade alimentar e saúde dos produtores e consumidores. Esse conjunto de características singulares é o elo que os consumidores buscam nestes espaços, não se trata apenas de um ganho econômico nas vendas (quantidade), mas em qualidade. Criam vínculos sociais e novos valores, promovendo a feira agroecológica como um instrumento de resgate e autonomia dos agricultores, e das novas formas de consumo alimentar.

É possível apontar a importância das feiras agroecológicas nos últimos anos, no que tange ao acesso, no espaço da cidade, de alimentos livres de veneno. Por esta linha de pensamento, nós que somos acostumados a “ter tudo pronto” no supermercado, perdemos a noção da origem e qualidade dos alimentos, e é neste sentido que as feiras agroecológicas se tornam importantes:

para provocar a aproximação entre quem produziu o alimento e o próprio alimento. Por este caminho, com as primeiras observações de campo, ficou evidenciado na FACF o encontro de diferentes mundos sociais - gerações, sexo, pertencimento a redes de amizade, profissional, e econômica, e um espaço de atitudes compartilhadas – intercooperação, confiabilidade, lealdade, troca de informações, trocas econômicas, sociabilidade. Ao mesmo tempo, ela revela um espaço de divergências ou mesmo de conflitos, que exige um esforço a cada encontro de negociação. Neste sentido, os aspectos mencionados anteriormente, constituem o sistema de troca da FACF, que deve ser compreendido como um espaço delimitado que envolvem trocas econômicas e trocas de valores sociais. Este sistema de trocas, que veremos nos tópicos seguintes deste capítulo, permite compreender a dinâmica da feira, em seu caráter funcional e prático, assim como, na circulação de elementos que fortalecem a interação social.

De um modo geral, as feiras agroecológicas se tornam espaços políticos e pedagógicos, onde os produtores escoam sua produção e intercambiam seus conhecimentos sobre a produção orgânica e agroecológica. A importância delas assume o papel enquanto equipamentos públicos de abastecimento alimentar. Constantemente, é comum as feiras agroecológicas serem chamadas de “feirinhas” de “pequenos agricultores”, induzindo a ideia de algo pequeno, sem importância. Na verdade, são verdadeiros canais de escoamento alimentar, que abastecem as mesas do consumidor urbano, a um preço acessível, e que merecem atenção do Estado. Sobre isso, Davi Fantuzi, assessor para assuntos de comercialização da agricultura familiar, no Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá (Centro Sabiá) e Coordenador da comissão de produção orgânica no Estado de Pernambuco, afirma:

É essa é a nossa reza: feira agroecológica não é feirinha agroecológica, não é feirinha dos agricultores é equipamento público de abastecimento alimentar que está semanalmente levando toneladas e toneladas de alimentos, livre de veneno pra população urbana principalmente dos grandes centros. O que é melhor, a um preço acessível porque isso é ultramoderno, é circuito curto de comercialização. Não tem atravessador no meio. É curto o circuito de proximidade, os franceses têm um ótimo termo para isso (DAVI FANTUZI, Centro Sabiá, 2018).

As feiras agroecológicas, cumprem esse papel importante de valorizar o agricultor familiar, além de organizar o trabalho no campo, os volumes e o padrão de produção orgânica para responder as demandas dos consumidores. Sobretudo, são capazes de reatar nossa relação com os alimentos e com quem os produz.

[As feiras] cumprem esse papel que é super importante, que é essa relação da gente com o alimento. Essa relação da gente com quem produz, essa valorização dos agricultores e do seu trabalho (DAVI, DAVI FANTUZI, Centro Sabiá, 2018).

A perspectiva acima, torna-se importante em um momento que os consumidores já não acreditam ou não confiam incondicionalmente no sistema agroalimentar: é necessário proteger a segurança do que comem e do que bebem. Esta postura dos consumidores, condiciona e reaproxima sua relação com alimento através das feiras agroecológicas, que trazem em sua bagagem a (re)conexão com o rural, com o sabor, com a natureza, e com os laços afetivos. A Feira Agroecológica de Casa Forte foi reportada pelos entrevistados como um evento, um espaço que é cuidado por quem faz parte dele. Os atores sociais que circulam naquele espaço, explicam o motivo de considerarem a feira como local de trocas materiais, por ser um lugar para encontrar uma variedade e qualidade de produtos orgânicos, além de trocas de valores imateriais, como a construção de vínculos sociais, laços de amizade e confiança

Isto fica claro na afirmação de alguns entrevistados:

A gente faz amizade, o pessoal conhece a gente pelo nome, é diferente de eu ir a uma feira feito a de casa amarela (feira livre). [Na FACF] o pessoal oferece, tens uns [produtores] que guarda...a moça da pinha, sempre diz: “a sua cesta está aqui”. O homem da laranja, ele diz: “eu trouxe o da senhora viu?!” Só trouxe para senhora, viu?! Então esse relacionamento é muito gostoso, a atenção. É diferente de você chegar no supermercado. É frio, você não tem esse contato (CONSUMIDORA 4, 72 ANOS, 2018).

A comunidade defende com unhas e dentes se for “encostar” na feira, encostar no consumidor, ou quando a prefeitura [da cidade do Recife] chega para modificar alguma “coisa”. Perguntam: “mas o que está acontecendo?” [...] Eu vejo que eles têm um cuidado que é admirável, tanto no respeito ao próximo - eles trazem essa cultura do respeito a natureza, para o respeito ao próximo. E eu acho que é por isso que aquilo lá [a feira] é cheio de consumidores. É por isso que eles cativam tanto os clientes. (DÉBORA, Companhia de Serviços Urbanos do Recife – Csurb, 2018).

A feira [de casa forte] eu acho muito importante, porque ela beneficia a mim - como produtor, e a minha família. Beneficia o consumidor, o meio ambiente agradece a forma que a gente trabalha. Ela [a feira] mudou financeiramente a nossa vida; fiz amizades com pessoas que eu nunca imaginei de fazer (PRODUTOR 1, 50 ANOS, 2018).

Neste sentido, essas falas são importantes para observar o envolvimento de diversos atores sociais no espaço da FACF, pois demonstram uma capacidade de promover relações de sociabilidade direta e bem-estar comum. São essas relações concretizadas na FACF que proporcionam a construção de um *espaço de reciprocidade* por meio do *valor-confiança*, e a diferenciação dos produtos ofertados, na medida em que ela é constituída por uma intensa troca de conhecimentos e de valores sociais.

A seguir, iremos conhecer mais a configuração da FAF, buscando apresentar informações sobre os diversos elementos que concerne à composição e funcionamento dela.

4.1.1 Caracterizando a Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF)⁸¹

Nesta seção, inicialmente apresentaremos os dados gerais da Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF), onde apresentaremos informações sobre a composição e ao funcionamento deste espaço.

Com apenas 8 bancas de comercialização, a Feira Agroecológica de Casa Forte, localizada na Praça de Casa Forte, no bairro de Casa Forte, teve seu início em maio de 2004, através da iniciativa de poucos agricultores familiares, que enxergaram na possibilidade de comercializar seus produtos diretamente aos consumidores, uma oportunidade de escoamento da produção orgânica. Já tendo completado até o momento da pesquisa 15 anos de funcionamento, atualmente a FAF possui 54 bancas de comercialização, com mais de 30 variedades (fotos 13,14,15,16) de produtos agrícolas orgânicos, dentre frutas, verduras, legumes, tubérculos, leguminosas e produtos de origem animal. A FAF ocorre uma vez na semana, aos sábados, começando o atendimento com a chegada dos primeiros consumidores, às 3h da manhã, e entre as 5h às 10h da manhã se dá o pico das compras, finalizando às 11h. A feira possui um público variado - como artistas, professores, atletas, funcionários públicos, donos de restaurantes, médicos, empresários e políticos. Os consumidores são do bairro de Casa Forte, e dos bairros circunvizinhos, à exemplo de Parnamirim, Rosarinho, Graças, Espinheiro, Casa Amarela e Torre.

⁸¹Ao final do capítulo anterior, esboçamos algumas informações sobre a FAF. Identificamos no processo investigativo, que não existem documentos que comprovem as informações sobre as feiras agroecológicas da cidade do Recife, tampouco da FAF. E por isso, as informações contidas nas próximas sessões serão baseadas nos dados colhidos a partir das falas dos entrevistados, e da pesquisa direta realizada no ano de 2012, pelo Instituto de Desenvolvimento do Trabalho (IDT), e o Núcleo de Economia Solidária (NECSO), da Universidade Federal de Pernambuco. A partir da observação direta associada a outras técnicas de coletas de dados, obtivemos elementos importantes para a caracterização sobre a feira investigada.

Foto 13 e Foto 14. Alguns dos produtos comercializados na FACF, 2018



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JULHO, 2018.

Foto 15 e 16. Algumas das frutas comercializadas na FACF, 2018.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JULHO, 2018.

Ainda sobre os termos da composição, os produtores familiares que se envolvem na realização da FACF possuem seus sítios ou propriedades localizadas em cinco (5) municípios do estado de Pernambuco. São eles: Pombos, com 6 produtores; Vitória de Santo Antão, com 16 produtores; Rio Formoso, com 7 produtores; Goiana, com 4 produtores; e Chã Grande, com 8 produtores (IDT/NECSO-UFPE, 2012). No que respeita a assistência técnica, os assentamentos que participam da FACF – Região de Mocotó e Assentamento Serra Grande; Sítio Palmeiras; Assentamento Amaraji; Assentamento Ronda; e Engenho Ubu, recebem assessoria do Serviço de Tecnologia Alternativa (SERTA); Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá (Centro Sabiá); Instituto Agrônomo de Pernambuco (IPA), e 3 associações pagam pela assistência técnica prestada. A partir disso, organizamos as informações gerais sobre a FACF que nos ajudam a compreender a sua configuração. Se

incluem no **Esquema 5**, municípios de origem do produtor; número de agricultores; média da idade dos agricultores familiares; nível de escolaridade; produtos comercializados; assistência técnica; assentamentos; tempo de plantio agroecológico; e transporte.

Esquema 5 - Informações gerais sobre a Feira Agroecológica de Casa Forte

Municípios de origem do produtor e da produção	Pombos Vitória de Santo Antão Rio Formoso Goiana Chã Grande
Nº de agricultores familiares	41 agricultores familiares
Média da idade dos agricultores familiares	51 anos
Nível de escolaridade	Nível médio completo a incompleto
Produtos comercializados	Alface, coentro, rúcula, beterraba, cenoura, pimentão, repolho, couve flor, brócolis, cebolinha, vagem, feijão verde, jerimum, abobrinha, banana, acerola, cebola, pepino, manjeriço, chuchu, tomate cereja, maracujá, jambo, graviola, acelga, hortelã, salsinha, milho, pepino, batata-doce, inhame, macaxeira, ovos etc.
Assistência técnica	Serviço de Tecnologia Alternativa (SERTA); Centro de Desenvolvimento Agroecológico Sabiá (Centro Sabiá); Instituto Agrônômico de Pernambuco (IPA) Assistência Técnica Privada
Assentamentos	Região de Mocotó e Assentamento Serra Grande Sítio Palmeiras Assentamento Amaraji Assentamento Ronda Engenho Ubu
Média do tempo de produção orgânico	15 anos
Transporte	Carros particulares (caminhonetes) e ônibus fretado

Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.

As feiras são normalmente administradas por uma parceria entre o poder público local (prefeituras), as organizações de produtores e consumidores e instituições de apoio à agricultura ecológica (ONGs, universidades, institutos de pesquisa e extensão) (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013).

No que respeita a organização espacial e gestão, a FACF não tem uma coordenação geral, instituída por algum órgão responsável. Ela é acompanhada pelo órgão que é diretamente ligado ao ordenamento de mercados públicos e feiras livres, a Companhia de Serviços Urbanos do Recife (CSURB). Este órgão é uma autarquia de serviços urbanos do Recife, ligada diretamente à Secretaria de Mobilidade e Controle Urbano (SEMOC). No caso da FACF, por estar localizada em logradouro público, a CSURB propôs o ordenamento da feira. Apesar de trabalhar com feiras livres e feiras de *sulanca*⁸², a parceria instituída pela CSURB com a FACF, colabora para que o órgão tenha acesso aos agricultores que possuam a Organização de Controle Social (OCS)⁸³, autorizada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa). A partir do que foi explanado, dois motivos condicionaram a parceria da CSURB com a FACF: o primeiro, está relacionado a presença de um comércio informal no entorno da feira; o segundo, pela desorganização das bancas de comercialização e dos caixotes onde os produtos são transportados dos sítios para a feira, que atrapalhavam a passagem dos moradores do bairro, e até mesmo do público da feira. Este cenário contribuiu, em 2016, para a difusão de informações sobre “falsos orgânicos”⁸⁴ vendidos na FACF.

Sobre o primeiro motivo, a presença de um comércio paralelo⁸⁵ de produtos não orgânicos aos arredores da feira, estava começando a criar uma simbiose com ela, e dificultando quem circulava no espaço da feira a identificar quem vendia orgânicos e quem não vendia. Estes comerciantes, ano após ano são atraídos pelas boas vendas que ocorrem naquele espaço, mesmo sendo vedada a venda, a exposição ou armazenamento de produtos não orgânicos nas áreas

⁸²A noção de “Feira da Sulanca” é amplamente utilizada para se referir as feiras onde são vendidas roupas de baixo custo, ou imitações de grandes marcas. Esse tipo de feiras, é muito comum nas capitais, onde geralmente estão localizadas em bairros mais populares, e nos municípios dos estados brasileiros.

⁸³No tópico 4.3. especificamos sobre o que é, e como funciona a OCS.

⁸⁴No dia 31 de janeiro de 2016, a reportagem veiculada pela Rede Globo de Televisão, no programa “Fantástico”, mostrava a comercialização de produtos de produção convencional, denominados como “falsos orgânicos”, em feiras agroecológicas em Florianópolis (SC), no sul do Brasil; e no Nordeste, nas tradicionais feiras orgânicas, no Mercado de Pinhões, cidade de Fortaleza – Estado do Ceará; e da feira “Praça de Casa Forte”, cidade do Recife - Pernambuco.

⁸⁵Neste comércio paralelo, se vende geleia, ovos, frutas e verduras, queijos, carne-de-sol, serviços de massagem.

destinadas às feiras de produtos orgânicos e nas áreas do entorno, segundo a lei nº 16.320, de 26 de março de 2018, que regulamenta as feiras de produtos orgânicos ou agroecológicos no Estado de Pernambuco.

Foto 17: Bancas de comercialização do comércio paralelo, 2018



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.

Foto 18: Frutas comercializadas no comércio paralelo, 2018.

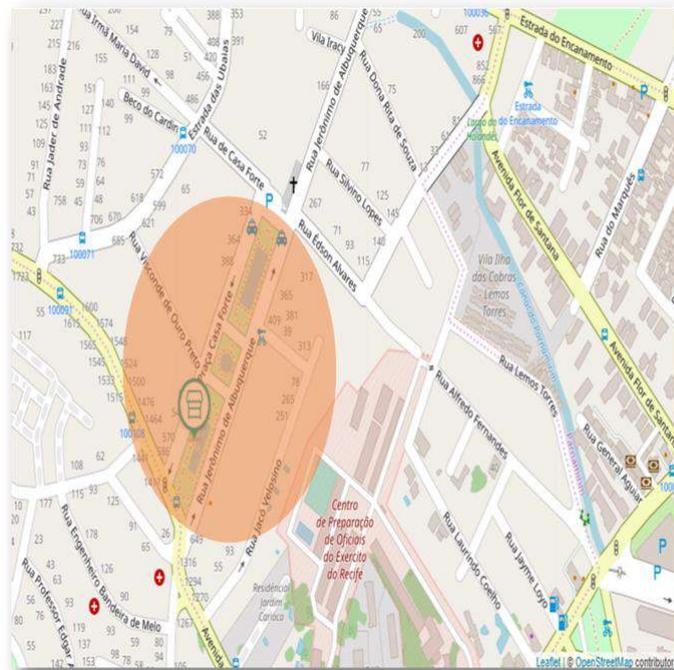


Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.

O segundo motivo, a CSURB juntamente com IPA e as associações dos produtores, começaram o processo de ordenamento de uso e ocupação de solo, e de fiscalização para saber quem era produtor de orgânicos ou não. A preocupação inicial era sobre a documentação que identifica o produtor como agroecológico e orgânico – a OCS. Assim, este grupo de instituições passou a estabelecer que todas as associações e todo produtor levassem uma cópia plastificada,

para pendurar nas bancas de comercialização, para que o consumidor pudesse identificar o documento. Por seguinte, em 2017, o trabalho começou com a organização sutil das bancas de comercialização, visto que, os produtores-feirantes já se organizavam entre si, nos dois núcleos da praça. A FACH ocupa a rua central da praça de Casa Forte (**figura 18**). As 54 bancas são distribuídas nas duas porções (**fotos 19, 20 e 21**): uma no lado direito, e outra no lado esquerdo, dessa forma, formando a geografia da feira.

Figura 18: Recorte espacial da localização da Feira Agroecológica de Casa Forte, na Praça de Casa Forte.



Fonte: <https://feirasorganicas.org.br/>.

Foto 19. Feira Agroecológica de Casa Forte.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.

Foto 20 e 21 As fotografias (180°) mostram os dois lados (esquerdo e direito) da feira agroecológica de casa forte, que ocupa a faixa central da praça.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.

Como podemos verificar nas **fotos 20 e 21**, as características organizacionais da feira são notáveis, ou seja, a posição das bancas, dos caixotes e por onde circulam os consumidores. De tal modo, as bancas são dispostas na rua principal próximo a calçada, e por trás delas são organizados os caixotes, com os demais produtos. Alguns produtores colocam esses caixotes

na parte da frente da banca (**foto 22**). Essa configuração prejudicava a circulação do público, e dos próprios produtores, que muitas vezes precisam ser ágeis para dar conta das vendas. Somado a isto, outro entrave refere-se aos carros estacionados no local da feira no dia anterior (**foto 23**), de modo que quando o produtor vai montar a banca, perde seu espaço, tendo que posicionar a banca mais para o meio da rua, prejudicando a circulação das pessoas. Em função desses problemas, através da reclamação dos moradores circunvizinhos da feira à prefeitura, houve a ação para modificar a configuração daquele espaço. Então, a CSURB orientou os produtores a retirar os caixotes da calçada, para que ficasse livre para a circulação do público. Durante essa ação houve uma tentativa de “virar” as bancas para “fora”, ou seja, os caixotes – que hoje ocupam a calçada - ocupariam a rua, e a circulação dos consumidores ficariam pela calçada. No entanto, os consumidores em conversa com o órgão, optaram por deixar na mesma configuração. Podemos constatar isso na fala do consumidor:

Houve uma certa ocasião, uma remodelação em relação ao visual, padronização das barracas e não faz muito tempo, pode-se dizer assim, eles quiseram modificar, mas no final das contas parece que não deu certo e resolveram voltar atrás. Era o posicionamento daquelas barracas, eles tinham mudado no *layout* de modo que ficou muito ruim, eu mesmo cheguei lá um sábado achei um absurdo. Aí disseram: “olhe aí, é questão da prefeitura”

[...]

Ali por exemplo, (cita o nome do produtor) que você estava vendo: a gente passa com o carro, mas a parte principal, em outros pontos da feira você não consegue nem passar por trás (CONSUMIDOR 2, 2018).

Foto 22 Feira Agroecológica de Casa Forte, 2018. **Foto 23:** Feira Agroecológica de Casa Forte, 2018.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.

Segundo os relatos, aquele espaço é onde eles passeiam, se encontram, conversam, por isso era importante manter aquela configuração. De acordo com a representante da CSURB,

não existiu entraves – como intervenção ou apreensão de produto, com os produtores agroecológicos, para iniciar o processo de organização espaço.

O público dos orgânicos [refere-se aos produtores] é muito fácil de lidar. Na época a gente não precisou de intervenção, nem apreensão de produtos. A organização das fileiras e dos caixotes, foi uma coisa bem natural, e feita em conjunto com a comunidade (DÉBORA, CSURB, 2018).

A cobrança sobre a organização e limpeza do espaço é maior por parte dos consumidores, que em sua grande maioria vivem nos edifícios aos arredores da praça. De acordo com o produtor entrevistado, a pressão por manter a organização da feira é grande, visto que ela é um patrimônio tombado. Nas reuniões das associações que participam da feira, é chamada atenção para sempre manterem as bancas organizadas e conservadas, respeitar o espaço entre elas, assim como, é imprescindível manter o espaço limpo. Para isso, existe um recolhimento chamado “fundo de feira”, que representa um valor simbólico de R\$5,00 por banca, para a manutenção, montagem e desmontagem das bancas, e para pagar diaristas para a limpeza.

Ali em Casa Forte, a gente está passando um aperto sobre organização. Aquela feira ali é muita pressão, porque a praça é tombada, você sabe disso, né?! Ali não era para ter nada daquilo ali [refere-se a feira]. Aí sempre tem meia dúzia de pessoas que as vezes por conta de qualquer organização que não estava legal, reclamava. Mas agora as caixinhas está tudo no padrão, organizadinho, e ainda vai mudar (PRODUTOR AGROECOLÓGICO 2, 2018).

A gente discute é a respeito de organização de como está a banca, né?! De como organizar a banca, deixar o espaço limpo. Se encontrar o espaço limpo, deixar o espaço limpo. E se encontrar sujo, deixar limpo (PRODUTOR AGROECOLÓGICO 3, 2018).

De modo geral, essas primeiras considerações sobre a FACH já revelam elementos importantes para nossas próximas análises, a respeito da capacidade que este espaço tem de constituir redes interpessoais, em sua grande maioria afetivas, preferenciais. Neste sentido, é possível perceber que este ambiente social é muito diversificado, nos quais cada membro porta de recursos que fazem funcionar elementos de interação direta durante as diversas atividades que acontecem na feira. Conhecimentos, habilidades, contatos, tempo, trabalho manual e organizacional são mobilizados para um projeto comum, em que todas as partes têm interesse. E, somados ao modo de pensar, motivações e interesses compartilhados, criam condições para a criação de um *espaço de reciprocidade*. Essas primeiras interações sociais ocorridas no interior da FACH estabelecem a base primeira da construção e funcionamento desse tipo de rede de abastecimento alimentar, fundado na gestão coletiva.

Coerente com o que foi dito, podemos afirmar que a FAFV enquanto sistema de produção-consumo pode através dos seus atores sociais, estabelecer novas perspectivas da gestão e dos aspectos organizacionais e, em paralelo, compartilhar outros aspectos para a qualificação deste espaço, tais como: valores éticos como confiança, responsabilidade, justiça (TEMPLE, 1997); a qualidade do alimento (agroecológico, orgânico, ético); a dimensão econômica da relação direta; e a qualidade da relação. A partir do que foi dito, discutiremos nas próximas seções quais os elementos corroboram para reforçar as relações de proximidade e reciprocidade, com os atores sociais da FAFV.

4.2 CONSTRUINDO UM ESPAÇO DE RECIPROCIDADE NA FAFV: SEMEANDO O VALOR- CONFIANÇA NAS RELAÇÕES PRÁTICAS E NAS RELAÇÕES AFETIVAS.

“É preciso, pois, ir além do mercado e do dinheiro”

Alba Zaluar, 2017.

Como vimos nos capítulos anteriores, a industrialização da agricultura, como bem aponta Wanderley (2014) é um modelo incapaz de reconhecer a contribuição de sistemas “alternativos”, e dos diferentes grupos sociais que habitam o espaço rural, que passam a ser definidos como “periféricos” ou “marginais”. Apesar disso, as experiências de espaços alternativos de produção e consumo crescem cada vez mais no Brasil, como é o caso da comercialização de produtos orgânicos em circuitos curtos, principalmente em feiras locais. Os circuitos curtos de alimentos tornam-se, neste sentido, um instrumento capaz de ressignificar agricultura e o rural. Segundo Nierdele e Junior (2018, p. 282), tornam-se o combustível para os agricultores e suas comunidades lutarem contra os sentimentos de desrespeito e desprezo entranhados na imagem do rural incivilizado cultivada pelos cidadãos urbanos.

Dito isso, é relevante para os nossos interesses a partir deste momento, debater a importância destes sistemas de trocas para a constituição de um espaço social que promova a construção política para novas práticas alimentares, tal como, “na produção de significações circulantes através de gestos, sorrisos, palavras, presentes etc” (MARTINS, 2019, p. 42). Nierdele e Junior (2018), reforçam que nestes novos mercados, circulam mais do que mercadorias diferenciadas, circulam valores e crenças que possibilitam a troca de informações sobre alimentação, sustentabilidade, saúde e qualidade de vida. A teoria da reciprocidade, colabora nesse sentido, pois, aponta para outra dimensão do social, que não se reduz tão somente a lógica mercantil. A reciprocidade, neste sentido, envolve a preocupação pelo outro,

ou seja, valores afetivos, tais como paz, confiança, amizade e a compreensão mútua (TEMPLE, 1997).

Os estudos da dádiva nos direcionam a enveredar por um caminho diferente da dominação e da manipulação crescente do mundo. Por este caminho, Gaiger (2016), em sua obra “A descoberta dos vínculos sociais: os fundamentos da solidariedade”, afirma que nossos predecessores escolheram outra lógica, que nada tem a ver com a racionalidade da conduta do interesse próprio. Completa: “Para nos convencer disso, convém olhar para o sistema da dádiva não tanto com o espírito dos seus inventores, mas com os olhos do nosso tempo (GAIGER, 2016, p. 75).

Assim sendo, a dimensão simbólica da dádiva, vincula-se as pessoas, a continuidade do laço social mesmo nas sociedades pós-modernas, normalmente condicionadas por valores utilitaristas. Ela tenta criar e manter um estado de aliança através dos dons contínuos. É investir na confiança. É dizer, é necessário criar um ambiente e condições para ter confiança no outro, e de que esse outro confiará em nós. No caso da FACF, foi percebido, por exemplo, que os consumidores de alimentos orgânicos tendem a confiar no ambiente e nos vendedores. Isto é observado, quando o consumidor chega ao local da feira, e as “sacolas” com os produtos escolhidos pelo produtor já estão prontas. Essa continuidade do laço social, é transmitida pelo conhecimento do produtor sobre quais produtos o consumidor normalmente compra, e na confiabilidade de que cada produto selecionado é orgânico. Coerente com o que foi exposto, Martins diz:

[...] a confiança entre atores sociais e agentes institucionais no interior das organizações burocrático-legais ou, então, as mercantis, ou ainda nas práticas do mundo de trabalho, observamos que esta confiança não pode ser obtida nem pelas cláusulas contratuais livres entre parceiros, nem pela obrigação legal. Ao contrário, a confiança exige risco, qual seja, o de acreditar que aquele outro com quem me relaciono não vai me trair, embora nada assegure isso (MARTINS, 2019, p. 101).

Para manter esta confiança, estudos sobre reciprocidade sugerem que os atores que circulam no espaço da feira tendem a agir de maneira cooperativa, oferecendo evidências comportamentais de lealdade. Mas, como construir e manter a confiança? Nas redes da reciprocidade partilhada, segundo a antropóloga Alba Zaluar (2017) valem a memória e a confiança articulados entre si. Nesta mesma linha de pensamento, a autora diz que é a confiança, o elemento primordial que garante o circuito de reciprocidade positiva e afasta o fantasma do conflito destruidor e letal (ZALUAR, 2017). Completa:

Como não há garantia de que as dádivas serão retribuídas, ainda que seja uma palavra de apoio do doador ao receptor, e receber o presente um gesto de tolerância ou aceitação, é a confiança entre parceiros que mantém a aposta na dádiva, ou seja, a expectativa num tempo que se dilata indefinidamente à espera de uma ocasião em que o receptor esteja pronto a retribuir. É a confiança ou o crédito prolongado, portanto, que eliminam a possibilidade de que se instaure a inimizade e a guerra. É no processo de sua conquista no outro que a confiança torna-se antídoto à traição, à mentira e à violência que delas podem advir. No utilitarismo, que ignora os laços morais entre as pessoas, toma-se apenas a escolha racional do indivíduo isolado sem considerar as escolhas dos outros, com os quais este indivíduo deveria e poderia estar em comunicação, mas com os quais tem apenas posturas de indiferença ou exterioridade (ZALUAR, 2017, p. 10).

Neste sentido, o *valor-confiança* deve estar centrado na constituição do *espaço reciprocidade*. Desse modo, visualizamos no espaço da feira agroecológica de Casa Forte, a sua ligação com fatores afetivos, à intensa relação com a natureza, com as relações monetárias e na produção de solidariedade. Esses valores são expressos e percebidos durante a organização da feira, de um lado, entre os produtores, principalmente em momentos de carga e descarga dos caixotes do ônibus até as bancas, que exige força física, ou no auxílio quando um agricultor está sem algum produto na hora da venda e o vizinho o abastece; de outro, nas relações entre produtores e consumidores, que se abraçam, trocam um momento de conversa e riem juntos. Nessas e em outras ocasiões, se reproduzem determinados valores, neste caso, confiança e ajuda mútua, que são fundamentais para reprodução do grupo. Deste modo, o *espaço de reciprocidade* constituído na FACF, sob a perspectiva de Sabourin (2009) criam valores que se expressam na confiança, interconhecimento, memórias (passados comuns), identidades de produtores rurais, reciprocidade entre os atores envolvidos nesta rede, solidariedade etc.

A criação de um *espaço de reciprocidade* é mediada pelo *valor-confiança*. Isto posto, toda concepção exposta, nos deu instrumentos teóricos-metodológicos para a analisar na feira agroecológica de casa forte, a formação de um sistema de trocas, que chamaremos de *espaço de reciprocidade*. A relevância da construção deste espaço, ocorre por meio da interação social (a) entre produtores, (b) entre produtores e consumidores, (c) entre produtores e instituições governamentais e não governamentais, e (d) produtores, consumidores, comerciantes e instituições. Em tais interações, mundos sociais diversos se encontram e, portanto, confrontam-se uma diversidade de saberes, formas de ver, necessidades, valores etc. Foram observadas esferas de interação, no quais permitem formar tal *espaço de reciprocidade* (**Figura 19**). Essas esferas são constituídas por elementos que constroem a FACF.

Figura 19: Ciclo radial que demonstra a participação dos atores sociais, que constituem para a construção de um *espaço de reciprocidade* na FACF.



Fonte: ELABORADO PELA AUTORA, 2020.

Em seus vários aspectos, de confiança, reciprocidade, espírito de colaboração e capacidade de trabalho em grupo, o *espaço de reciprocidade* cria um ambiente propício à interação e, através dessa, ao desenvolvimento de um ambiente não competitivo, baseado nas trocas de conhecimento e experiências entre os atores sociais que compõem a FACF.

De forma geral, a partir da literatura especializada, da observação direta, das entrevistas semiestruturadas, das informações secundárias, identificamos alguns elementos que nos ajudam a visualizar a formação de um *espaço de reciprocidade*. Organizamos estes elementos em duas dimensões⁸⁶ como fica explícito na **figura 20**: a dimensão das “relações práticas” e dimensão das “relações afetivas”. A primeira é composta pelos aspectos de 1) estilo de vida; 2) crença no produto orgânico; 3) determinações legais; a segunda, refere-se aos aspectos das relações entre 4) produtores; 5) produtores e consumidores; e 6) afetividade e memória. Conheceremos as particularidades das duas dimensões na seção seguinte.

⁸⁶ A ideia de “dimensão” é utilizada aqui para denotar um lugar em que os elementos reunidos nela estão em constante transformação, não sendo estáticos, assim como são as relações sociais.

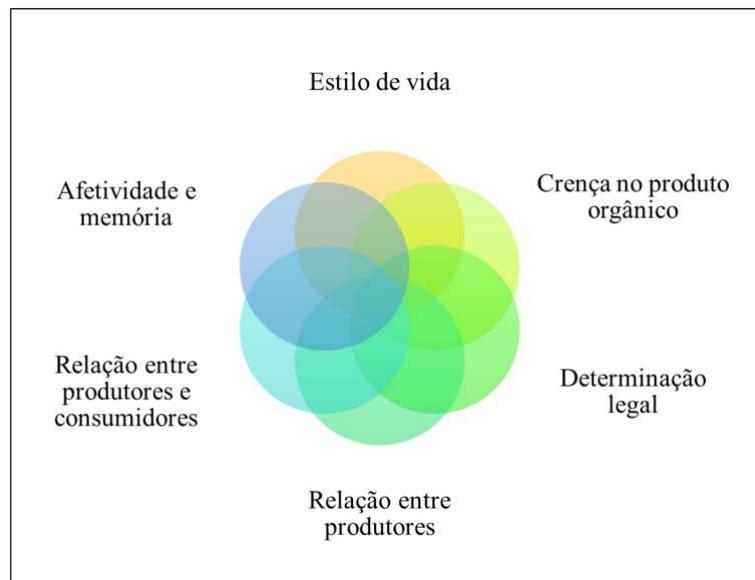
Figura 20: Dimensões que compõem o *espaço de reciprocidade*, construídos a partir das interações sociais ocorridas no espaço da feira.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

Esquemáticamente, o funcionamento da Feira Agroecológica de Casa Forte pode ser visualizado de acordo com a **figura 21**, a seguir. As duas dimensões citadas acima, são interligadas, mantendo uma relação direta, bem como em constante troca de valores e significados. As dimensões nos ajudam a entender as motivações e influências que levam o público da feira, a consumir no seu cotidiano alimentos orgânicos, bem como as qualidades e os benefícios (econômicos ou não) que associam a este consumo.

Figura 21: Esquema de funcionamento da Feira Agroecológica de Casa Forte/ Recife.



Fonte: Elaborado pela autora, 2020.

4.3 QUEM OCUPA A FEIRA? SOBRE AS DIMENSÕES DAS “RELAÇÕES PRÁTICAS” E DAS “RELAÇÕES AFETIVAS” NA FACF

Nesta seção, nos debruçaremos nas dimensões das “relações práticas” e das “relações afetivas” e seus elementos, que colaboram para o crescimento e fortalecimento do *espaço de reciprocidade* na Feira Agroecológica de Casa Forte. Ambas as dimensões foram identificadas a partir das falas dos entrevistados e das observações de campo nas visitas a feira e aos sítios dos produtores.

Neste sentido, o *espaço de reciprocidade* deve ser compreendido como um espaço sem delimitação, que envolvem trocas econômicas e extra econômicas. Sendo assim, a partir das análises das entrevistas, ele nos permite compreender as dimensões citadas, e os pactos gerados a partir do *valor-confiança*, assim como, os processos de disputa e negociações entre os atores sociais da feira. Conforme já se afirmou, a formação do *espaço de reciprocidade*, está intimamente ligada ao *valor-confiança*. Sua presença, em várias expressões de confiança, reciprocidade, espírito de colaboração e capacidade de ajuda mútua, cria um ambiente propício para à interação e, através dessa, o desenvolvimento de novos comportamentos e novas práticas alimentares.

Durante nossas visitas a FACF, observamos a existência de um ambiente não competitivo, mesmo ele apresentando alguns fatores para tal, mas que são superados por um único aspecto: o *valor-confiança*. Por sua vez, foi observado também que este contexto contribui para o fortalecimento de um círculo virtuoso entre as dimensões. Para fins didáticos, na sequência discutir-se-á alguns aspectos de cada uma das dimensões.

4.3.1 A dimensão das relações práticas

“Os consumidores começam a expressar a necessidade de outros valores em torno dos alimentos, que não são somente os ligados a aspectos sanitários e industriais” (GAZOLLA, 2017, p. 190). A partir do que foi citado, esta dimensão sugere a existência de valores práticos, que constituem e justificam as interações dos atores sociais na FACF. Eles foram identificados, a partir das falas dos entrevistados e das observações de campo. Por esse viés, entendemos que essas práticas são orientadas por tais aspectos, como: consumo de alimentos saudáveis; a qualidade do alimento orgânico; saudabilidade; bem-estar individual; a preocupação com a

natureza e sustentabilidade; trocas econômicas (preço justo); e normatividade e legalidade da produção e comercialização orgânica.

a) **Estilo de vida**

“O consumo de alimentos está cada vez entremeado com os diferentes estilos de vida” (RETING; MARSDEN; BANKS, p. 31, 2017). Esta dimensão mostra elementos ressaltados pelos consumidores entrevistados, relacionados a ele: a saúde, bem-estar, qualidade de vida. As primeiras análises das entrevistas, revelaram que os principais motivos pelos quais as pessoas preferem comprar alimentos orgânicos em feiras agroecológicas, foram a priori, a proximidade da feira ao local da sua residência. Essa informação é reforçada junto ao resultado da pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (IDEC) que investigava os motivos que levariam as pessoas a consumirem mais produtos orgânicos. Dentre as categorias disponíveis, o resultado revelou que 20% das pessoas que participaram responderam: “se houvesse mais feiras especializadas perto da minha casa” (REVISTA DO IDEC, 2012). Outros motivos considerados pelos entrevistados, foram o contato com um ambiente arborizado, limpo e seguro, onde podem ter acesso a uma variedade de alimentos. Foi constatado, que esses elementos atraíam um público híbrido na FACF, a presença de crianças acompanhadas por seus pais, idosos, donos de restaurantes de comida “saudável”, e grupos de amigos. Além disto, esses atores sociais estendem seu tempo de compra para circular na feira, sentar-se nos bancos da praça para observar a paisagem, comer os alimentos adquiridos na feira (frutas) etc. (**foto 24**). Ambas as motivações, reforçam a escolha do consumidor em ir à feira agroecológica de Casa Forte, no lugar dos mercados convencionais, sedimentando desta forma os variados benefícios dessas redes alternativas - já discutidas neste trabalho.

Isso fica claro nas falas dos consumidores:

Ser perto. Eu adoro ir à feira de orgânicos. Quando chego as 5h, aí meus vizinhos dizem: “mas vizinha, a senhora já está indo?!” (CONSUMIDORA, 72 anos, aposentada, 2018).

Eu moro do lado do Sítio da Trindade e eu já fui algumas vezes fazer a feira lá, mas ela não tem esse frescor que essa [feira de casa forte] tem de movimentação, acho que essa coisa das pessoas realmente me atrai. Porque a dali da feira do Sítio ela é bem menor (CONSUMIDORA, 34 anos, artista plástica, 2018).

Porque a gente procura consumir coisas que são mais saudáveis, né?! E aí como já há alguns anos havia a possibilidade de fazer feira relativamente próximo, né?! Eu costumava frequentar, ainda frequente, o mercado de casa amarela. Faço algumas compras no supermercado, e a partir do momento que tornou-se disponível a feira aqui próximo, alguns anos depois passou a ter aqui na praça de Casa Forte e eu me tornei cliente e alguns agricultores que vendiam lá no sítio passaram a fazer o

comercio na praça, isso ajudou também. [...] as vezes você está cansado e tal, mas tirando isso, com o passar do tempo aquilo se torna uma rotina e que lhe traz alguma satisfação também. Pelo menos a mim, se fosse uma coisa que eu não gostasse eu certamente já teria abandonado já a algum tempo (CONSUMIDOR, 54 anos, SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL, 2018).

Foto 24: A FAF se caracteriza como um espaço de sociabilidade, em que valores de amizade, podem nascer. O contato com a natureza é convidativo para quem frequenta a feira.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JULHO, 2018.

De modo geral, os motivos denotam um alcance prático visível, não só em termos de proximidade geográfica, como também por questões de saúde e bem-estar individual e da família, e dos benefícios que o alimento orgânico pode oferecer. Entre os consumidores, estes aspectos também aparecem, já que eles afirmam que a busca dos produtos se deve à possibilidade de ter consciência das qualidades nutricionais do alimento, e por isso fazem bem a saúde, e até do seu processo produtivo. Em regra, estas questões são as principais causas identificadas pelas quais os consumidores escolheram comprar seus produtos na FAF. Segundo alguns entrevistados,

Eu tenho consciência de que o orgânico muito mais vantagem em relação a saúde. Eu antes de vir morar em Recife, já aposentada, morava em Carpina em uma granja, e a gente produzia o que consumia. E a gente produzia da melhor maneira possível. [...] [O produto orgânico] é mais saudável, traz mais vantagens para o meu corpo. Porque,

se eu tenho um produto isento de agrotóxico ele é mais saudável. E meus filhos cresceram em torno disso. Meu filho vem da Madalena para comprar aqui (CONSUMIDORA, 72 ANOS, APOSENTADA, 2018).

Agora o que é que me leva? A certeza de que você vai consumir coisas que são mais saudáveis. Aquilo com o passar do tempo, você cria uma relação de confiança, né?! E a rotina também. Por incrível que pareça, é o dia em que muita gente acorda mais tarde, e é o dia que eu acordo mais cedo. [...]

E aquela questão: você sabe que vai encontrar os produtos, eventualmente tem coisa que tá faltando tem coisa que não é da safra, da época e tal, mas criou-se um hábito que apesar do custo de ter que se acordar cedo sábado tudinho, é uma coisa que me traz alguma satisfação fazer, entendeu? Tem gente que não entende isso (CONSUMIDOR, 54 anos, SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL, 2018).

Os produtores também mencionaram a importância do produto orgânico no quesito saúde, principalmente no que tange ao processo produtivo. Afirmam que a produção orgânica é mais saudável porque não há o uso de agrotóxicos, e desta forma não os contaminam e protege a natureza. Ficou evidenciada a reflexão em torno da preocupação com a sua saúde, da sua família e dos seus vizinhos:

Aí quando eu passo lá [em alguma propriedade que faz uso de agrotóxico] eu fico pensando: “e se meu sítio fosse assim?” Aí estaria eu estaria agredindo a minha saúde, a saúde de minha família e a saúde dos meus vizinhos. Você chega no meu sítio tem várias qualidades de passarinhos, como ele [o sítio] fica perto da mata aí você encontra várias qualidades (PRODUTOR 3, 48 ANOS, 2018).

É saúde né?! O produto orgânico, é vida, é saúde, é tudo. E principalmente na renda, é um produto diferenciado. Eu consumo produto orgânico. O produto orgânico quanto mais você vai alimentando seu terreno, cada vez mais ele vai dando um produto melhor. O orgânico tem o cuidado com a natureza. O convencional você “taca” fogo no mato, prejudica o solo (PRODUTOR 5, 46 ANOS, 2018).

Conforme afirma um dos produtores: *Bom, na realidade o orgânico representa para mim, principalmente a questão da saúde. O produtor reforça a importância deste aspecto, falando sobre o mal que o uso de agrotóxico provoca na saúde dos agricultores familiares, para quem manuseia e não faz uso: quando eu passo em áreas que dá acesso lá para meu sítio, as pessoas usam agrotóxicos para matar o mato da cana-de-açúcar. É terrível para quem passa perto. Espalha um odor inadmissível. Aí quando eu sinto esse cheiro me dá dor de cabeça, náusea, é ruim.* Outro produtor, fala das consequências com a saúde quando plantava produto convencional: *eu só vivia tonto, só vivia nos hospitais, eu vivia... Era um monte de coisa ruim.* Vimos no capítulo 2, as consequências na saúde do produtor que manuseia insumos agrícolas na sua produção, ou mesmo os que moram perto de propriedades que fazem o uso. Infelizmente, esta é uma realidade latente no atual contexto brasileiro, quando pelo menos um terço das

propriedades rurais brasileiras produzem utilizando agrotóxicos, segundo o Censo Agropecuário do IBGE de 2017, e reforçada pelo atual governo de Jair Bolsonaro.

Segundo os entrevistados dessa pesquisa, a FACF também cria pontos de encontro entre consumidores, que disseminam não só a proposta orgânica e agroecológica, mais também o valor da amizade que surge no espaço da feira. É dizer, o produto orgânico assume o papel de “intermediário” do bem, na construção desses laços no espaço da feira. É válido destacar também, que as idas todos os sábados a FACF assume um evento na vida cotidiana do consumidor. Muitos compararam as idas à feira, como ir a uma festa, à praia. O sentido de diversão, de troca de experiências e sentimentos. Em suma, a formação dos vínculos sociais construídos na FACF incorpora valores contemporâneos como a interação virtual (marco também na relação de compra e venda entre produtor e consumidor), os valores utilitários, de praticidade do dia a dia, aliados aos benefícios da interação pessoal e da produção local (DIAS; RÉVILLION; TALAMINI, 2017). Podemos perceber isto nas entrevistas abaixo.

Mas eu vou todo sábado. Gosto! Você acredita que hoje eu já fiz amizade?! Hoje eu tenho um amigo, assim, a gente não frequenta a casa um do outro, mas eu tenho o “zap” (se referindo a rede de comunicação *whatsapp*). Então, eu fiz um amigo de tanto a gente se encontrar na feira, ele costuma chegar muito cedo (CONSUMIDOR, 55 anos, “CORREDOR”, 2018).

Eu fico preocupada em não dormir tarde na sexta para não perder a hora da feira, porque várias vezes que eu não vim para feira, a semana fica desorganizada, entendeu? Então se tornou uma coisa assim importante. Como um marco de organização da semana na casa, fazer essa feira. Então, assim, a parte da alimentação, o restante ia se organizando

[...]Porque já tem as comidas e tudo, mas é realmente uma coisa social pra mim é um momento social. E outra que assim sem exagero eu acho como quase o principal dia da semana pra mim assim vai passando a semana toda quando eu sei que vai chegar o sábado (CONSUMIDORA, 34 anos, artista plástica, 2018).

A “comida de verdade” e a maturidade alimentar são outras justificativas que aparecem nas falas dos entrevistados, e esclarecem a dimensão do estilo de vida. Elas fortalecem as dimensões do alimento, tais como a busca da saúde, a apologia ao bem-estar, o autocuidado, e a proximidade com o alimento. Neste sentido, a noção “comida de verdade” é abordada por Nierdele e Junior (2018, p. 255) quando afirmam a forma como as pessoas se relacionam com

os alimentos, sem neuroses da alimentação saudável (*ego-trip*)⁸⁷, mas, ao mesmo tempo, com práticas alimentares benéficas ao corpo e ao ambiente.

Eu acho que realmente teve essa maturidade alimentar que foi acontecendo nesse tempo que eu moro aqui, e aí, essa feira ajudou realmente a... sei lá, firmou isso, sabe? Que aí começou de vir com amigas, depois a gente fazia uma coisa de café da manhã juntas, e depois elas pararam de vir, mas eu continuei porque eu comecei a realmente perceber uma diferença na minha alimentação. Porque estava toda semana tendo esse compromisso, que se tornou uma espécie de compromisso, e aí depois disso começou o lado afetivo também a se fortalecer porque sei lá eu comecei a criar uma relação de afetividade.

[...] porque a gente na verdade tem uma relação muito louca as vezes com os alimentos, a gente já está acostumado a ter tudo pronto, a gente não tem noção de nada da origem. Aí eu acho que esses espaços eles são ótimos para você se aproximar mais disso entendeu? (CONSUMIDORA, 34 anos, artista plástica, 2018).

A Grosso modo, a dimensão do estilo de vida, é um dos aspectos que nos ajuda a compreender as principais aspirações do consumidor para compreender sua preferência por compras na FACF. Mais do que isso, é entender que eles são essenciais para a manutenção deste espaço.

b) **Crença no produto orgânico**

Alguns produtores o chamam de “delegado”. As primeiras bancas que ele visita são as que ele mantém a fidelização com o produtor. Ele é bastante exigente na hora compra, pois, pergunta pela falta do pepino, e observa sempre o aspecto do produto que tem em mãos. As palavras ditas anteriormente foram retiradas do diário de campo, resultado da observação de campo, durante a madrugada de um sábado na FACF. Elas revelam que a valorização dos produtos da feira, se dá por aspectos relacionados à compra de alimentos “frescos”, e produzidos por produtores orgânicos nos municípios próximos da capital. De tal modo, foi observado que o mercado alimentar encontrado na Feira Agroecológica de Casa Forte é construído também sobre o compartilhamento da qualidade (segurança alimentar); variedade dos alimentos; sobre o sabor e a estética do alimento; o valor ético; e sobre a possibilidade/escolha de o produtor passar pela transição da produção convencional para a produção orgânica (mesmo esse sendo um processo lento). Todos estes elementos compõem, a

⁸⁷ Este estilo de vida, é um estudo apresentado pela autora Guivant (2003) sobre a expansão do mercado de orgânicos, que está associado ao crescimento de um estilo de vida “ego-trip” que abarca práticas de consumo que não correspondem, prioritariamente, à preocupação ambiental, mas à moral hedônica do culto ao corpo (GUIVANT, 2003 et al Nierdele; Junior, 2018).

dimensão da crença no produto orgânico, ou seja, quem o “escolhe” confia em suas atribuições para uma alimentação saudável, cuidado com a natureza e incentiva a produção agrícola familiar.

A primeira motivação que destacamos, está relacionada a crença em torno da saudabilidade⁸⁸ dos alimentos vendidos na FACF em relação a outros mercados. Através das entrevistas, foi possível perceber que tanto o consumo e como a produção de produtos orgânicos e agroecológicos, são motivadas por considerarem ele mais saudável, bem como em harmonia com a natureza. Para nos ajudar a entender esta justificativa, o alimento orgânico é definido pela legislação brasileira como “considera-se produto orgânico, seja ele *in natura* ou processado, aquele que é obtido em um sistema orgânico de produção agropecuária ou oriundo de um processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local” (BRASIL, 2019). Ainda sobre isso, o produtor entrevistado elenca as vantagens da produção e do produto orgânico: *a produção orgânica tem muita importância. Primeiro: vai beneficiar minha família. Segundo, beneficia o meio ambiente. Porque sem o meio ambiente a gente não é nada. Um ar livre. Respirar bem. Sem a saúde a gente não é nada.* Por esta via, um consumidor diz: *eu como orgânico para fugir do agrotóxico. Por exemplo, hoje aqui [na casa dele] a gente consome ovo de capoeira, não é ovo bombado [cheio de hormônios].* De fato, a preocupação do consumidor em relação a alimentos modificados, ou o excesso de veneno nos alimentos, associados ao uso descontrolado de agrotóxicos no processo produtivo convencional, são outros motivos pelos quais os consumidores procuram um alimento saudável. Neste sentido, o produto agrícola orgânico vendido na FACF, faz parte do contexto atual em que as pessoas estão cada vez mais, em busca pela saúde individual, do corpo, e da mente - como apontamos na dimensão estilo de vida. Junto a preocupação com a saúde, ficou evidenciado a preocupação com um manejo ecologicamente correto da produção, que se materializa no ato da compra.

A questão dos pesticidas, desse consumo de veneno, que é tão alarmante. Eu fico com medo dessas coisas [alimentos] muito cheia de veneno. Eu fico pensando: “sei lá, será que talvez essa produção de alimentos numa maior escala ela realmente precisa existir?”. Porque é muita gente no mundo. Eu fico já achando péssima essa questão do agrotóxico e tal, acho horrível, eu entendo totalmente o quanto isso é horrível para o corpo (CONSUMIDORA, 34 anos, artista plástica, 2018).

Eu sei como é plantado [produto agrícola], o tempo de cultura. Porque eu plantava milho, dependendo da época, da menos de 2 meses. É em relação ao meio ambiente.

⁸⁸ A ideia tratada aqui sobre saudabilidade denota as mudanças de hábitos alimentares vinculados a saúde, isto é, alimento como prevenção de doença.

Porque o ambiente bem tratado, sem poluição, ele vai fazer bem para nossa saúde (CONSUMIDORA, 72 ANOS, APOSENTADA, 2018).

Contudo, há ainda consumidores que possuem certo receio, por serem que os alimentos vendidos não são confiáveis, do ponto de vista da segurança alimentar. Mesmo ele comprando na FAF, a preocupação com o uso do agrotóxico é recorrente entre um consumidor entrevistado. Ele desconfia que alguns alimentos necessitam “receber” agrotóxico: *a gente não pode dizer o que exatamente eles usam no plantio, não é?! Alguns produtos são conhecidos como muito suscetível, até para poder vingar, receberem agrotóxicos. São as folhagens, né?! Imagine uma folha que receba “barrufada” [jato] de produto agrotóxico.*

Ao lado disso destacamos também como motivação, a qualidade do alimento orgânico. Segundo um produtor, a maioria das pessoas deixam de comprar convencional, *para comprar orgânico porque é um produto de qualidade.* A qualificação de produtos, é interpretada à luz de uma avaliação dos produtores, organizações e pelo desenvolvimento de relacionamentos baseados em confiança, que subscrevem o produto (WILKINSON, 2009). A ausência de aditivos químicos como principal característica do alimento orgânico, e como afirma Castañeda de Araujo (2010, p. 4) “por serem considerados “naturais”, “verdadeiros” e mais nutritivos, traduzindo uma ideia de verdade e pureza, além de terem mais sabor e gosto, bem como maior durabilidade e uma textura diferenciada para os consumidores adeptos”, nutrem uma relação de confiança não só com o produto, mas com quem o produz. Por esse viés, o fato de muitas pessoas atribuírem a confiança na qualidade da FAF, de acordo com Cassol e Schneider (2017), está interligado a uma representação social de que alimentos vendidos neste espaço, além de serem mais frescos – por terem sido colhidos no dia anterior – são também os que melhor remetem às formas de produção e preparo ligadas aos valores culturais da região. Remetemos as questões citadas, as falas:

Eu converso com [o produtor], ele é de Goiana. Ele está lá há bastante tempo. Ele vende laranja. A laranja dele é maravilhosa. A laranja que ele traz para mim é bem diferente da que a gente encontra no supermercado. O aroma, o sabor...porque eu plantava então eu conheço a diferença. Porque é assim, veja bem: quando se planta macaxeira, eles (produtores) vão lá na sexta de tarde ou sexta de noite, já bota (coloca) no saco e traz para feira. Tá novinha, né?! No supermercado, o caminho não é esse: O produtor bota no carro, traz pra Recife lá pra CEASA e distribui. Três a quatro dias, então ela vai ficando ressecada. E com o tempo ela vai escurecendo (CONSUMIDORA, 72 ANOS, APOSENTADA, 2018).

O cliente chegou e disse: “essa aqui é uma amiga minha ela não participa em feiras orgânicas não, é a primeira vez essa semana, e eu trouxe ela aqui [até o produtor]”. Eu [produtor] disse: “tá certo, seja bem-vinda!”. Aí ela disse: “obrigada”. Só que aí eu não tinha na minha barraquinha algumas coisas da lista que a nutricionista tinha passado para ela. Eu disse: “olhe muitas coisas do que a senhora falou aí está quase

chegando. A beterraba... Um monte de coisa! Algumas coisas se a senhora quiser encontrar aqui na feira, com nossos colegas, que as vezes tem outros produtos, são os vizinhos e assim vai. Aí ela disse que ia continuar comprando lá na feira (PRODUTOR 2, 50 ANOS, 2018).

A preocupação com a qualidade e a confiança adquirida fica também evidenciada na fala do consumidor: *Quando eu cheguei fui comprando às pessoas, e fiquei porque os produtos deles era melhor.* No caso do produtor, em uma das visitas realizadas na sua unidade produtiva, no assentamento “Mocotó”, no município de Pombos. Perguntamos como é feita a abordagem por parte dos órgãos de fiscalização para o colhimento do produto para análise. Ele respondeu dizendo que as visitas são “surpresa” e “aleatórias”, ou seja, o técnico chega na banca de venda do produtor, escolhe um produto e leva para análise. Ele complementa: *esta cenoura (foto 25) [enquanto colhe a cenoura do solo] ela é grande. O produto orgânico pode ser sim grande e bonito, diferentemente da mídia que “mente” para a população dizendo que o produto orgânico deve ser pequeno e feio.*

Foto 25. A sequência de fotos mostra o produtor explicando parte do processo de produção da cenoura orgânica, em uma das visitas realizadas a seu sítio/ Sítio Mocotó (Município de Pombos).



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JULHO, 2018.

Com efeito, a confiança, ainda de acordo com (CASSOL; SCHNEIDER, 2017) é materializada através da distinção qualitativa dos alimentos, “pode ser depositada na valorização pessoal da figura do pequeno produtor – representada pela crença no cuidado e no conhecimento utilizado na produção – na origem territorial e social dos produtos. Segundo dois consumidores, a principal questão pela busca dos produtos se deve à probabilidade da

qualidade, variedade, bem como sua durabilidade, e da tradição de comprar na feira. Eles afirmam:

[...] E eu também hoje eu comi umas folhas que foi do outro sábado que ainda tinha. E do desse [sábado] ainda nem usei, sei que ainda tem. E justamente ela [verdura] dura mais tempo porque é armazenada desse jeito. É isso que me motiva a ficar me mantendo na minha coisa de ir a feira, porque eu consegui aprender a guardar, porque eu já perdi muita verdura e folha (CONSUMIDORA 1, 34 anos, artista plástica, 2018).

A moça que trabalha aqui em casa disse: “por que alface, o coentro, daqui dura mais do que o de lá de casa? O de lá de casa com três dias já “tá” uma alface murcha, e o daqui vai até a outra semana. Como é que pode? (CONSUMIDOR 3, 71 ANOS, APOSENTADO, 2018).

Entre os consumidores, a variedade dos produtos encontrado na FACF, é outro fator motivacional para realizarem suas compras. Ele desperta os sentimentos de prazer e satisfação, atribuído no ato da aquisição quando o consumidor encontra um produto diferente, ou que há muito tempo não era vendido. Segundo um deles: *[...] Já é legal quando aparece uma fruta que nunca mais tinha aparecido. “Eita! Agora tem tal coisa”. [Pensativa] eu valorizo esses pequenos [agricultores]. A variedade é também remetida a qualidade do produto, e engloba o processo de construção da confiança, que ocorrem de forma relacional, e ao mesmo tempo, legitimam socialmente a feira.*

Aqui além de eu encontrar variedade grande de produtos, essa variedade só foi crescendo com tempo. No início comprava menos coisas, mas a minha feira foi aumentando para chegar nessa quantidade [aponta para as compras], que é a minha medida da semana. Acontece muitas vezes de passar de uma semana para outra, mas “tá” lá, por exemplo um inhame que eu não comi, mas ele está lá. Ai nesse próximo eu já não compro, já compro outra coisa e fica nessa, entendeu? Essa variedade está sempre à disposição. E foi nascendo naturalmente o entrosamento com os produtores, sabe?! CONSUMIDORA 1, 34 anos, artista plástica, 2018).

Existe outra motivação identificada associada ao consumo de alimentos orgânicos na FACF que é o preço do produto orgânico. Argumenta-se com frequência, segundo Belletti e Marescotti (2017), que as cadeias curtas de alimentos constituem uma forma de intercâmbio que gera benefícios econômicos para os dois polos da cadeia: por um lado os consumidores podem se beneficiar dos preços de compra mais baixos, por outro, o produtor pode obter preços mais elevados do que aqueles de colocação em mercados intermediários. Sabe-se que as feiras agroecológicas são importantes instrumentos para o escoamento da produção da agricultura familiar e por conter grande diversidade de alimentos *in natura* e/ou beneficiado. Nesta perspectiva, Fantuzzi (2016), afirma que as feiras agroecológicas permitem uma remuneração

mais justa pelo produto vendido, uma vez que são os próprios produtores que comercializam diretamente ao consumidor final sem passar por atravessadores. Isto é refletido na fala do produtor: *aquilo que eu falei: é o valor que é melhor a gente traz direto da propriedade, não tem atravessador. Traz de lá direto para consumidor, então o lucro é melhor.*

Vale ressaltar, que os produtos vendidos nas feiras agroecológicas, são orgânicos, isto é, além de serem diferentes dos das feiras livres convencionais e dos supermercados (FANTUZZI, 2016), existe todo um processo produtivo que demanda tempo, cuidado e conhecimento. Sobre isso, o Centro Sabiá juntamente com o curso de Gestão Ambiental do Instituto Federal de Pernambuco (IFPE), realizaram uma pesquisa que rompe com o mito que plana por essas feiras: o preço. Através do olhar do senso comum, as feiras agroecológicas vendem produtos caros⁸⁹. A pesquisa derruba esta ideia, ao fazer a comparação dos preços em supermercados e das feiras livres convencionais. O resultado apontou que os supermercados foram em média 56% mais caros que as feiras agroecológicas. Essa questão é sintetizada e desmitificada na fala da consumidora da FACF: *Eu acho que financeiramente não é mais caro. Assim eu não consigo ficar achando essa feira mais cara do que a feira do supermercado.* Outro consumidor diz: *E por incrível que pareça hoje alguns produtos são mais em conta na feira de orgânicos do que na própria feira de casa amarela [feira livre convencional].* Estes argumentos também são reforçados na fala do produtor da feira que demonstra indignação com a “má fama dos preços”.

Aí veja só: a gente vende o ano todo a R\$2 reais. A mídia diz que produto orgânico é caro, produto orgânico não é caro, porque se a gente vendesse um “mói de coentro” a R\$5 reais, ainda seria barato porque a gente tá preservando o meio ambiente a gente não tá colocando fogo no meio ambiente, a gente tá preservando as nascente de água, a gente tá preservando a saúde do agricultor, principalmente a saúde do consumidor, e o meio ambiente tá aí agradecendo. E as pessoas ficam dizendo que produto orgânico é caro e tem que ser feio, tem que ser pequeno, não é uma verdade, é mentira (PRODUTOR 3, 43 ANOS, 2018)!

A questão do preço recai também na economia que o consumidor tem ao realizar suas compras na FACF. “Comer na rua” para eles, significa comer em restaurantes, gerando um custo alto semanal, e ao mesmo tempo, eles não conhecem a procedência da comida. Com as idas a FACF semanalmente, o consumidor passou a ter acesso a um produto com qualidade, em

⁸⁹ É bem verdade que essa impressão de que produtos livres de agrotóxicos são mais caros não é completamente descontextualizada. Ela está baseada na percepção dos consumidores sobre o preço dos produtos orgânicos certificados das grandes redes de supermercados, que várias pesquisas já apontaram que são geralmente mais caros mesmo (FANTUZZI, 2016).

que ele conhece a origem e o modo de produção, e remete a ideia do movimento *slow food* (mencionado no capítulo 2), pregando a calma ao comer, na busca pelo proveito da refeição, considerando o conteúdo nutricional, os aspectos artísticos, culturais e de prazer. Resgatam-se assim os produtos gastronômicos, ameaçados pelos processos industriais, pelas regras da grande distribuição e pela degradação ambiental” (DIAS, 2005, p. 39).

Eu estou acostumada a comer durante a semana na rua, ou seja, gastando um dinheiro que é o mesmo dinheiro que eu poderia estar gastando aqui [na feira], as vezes igual ou até mais. Eu estou gastando muito mais se eu for comer num restaurante, do que a comida que eu como na minha casa, entende?! (CONSUMIDORA, 72 ANOS, APOSENTADA, 2018).

Por fim, encontramos na “crença no produto orgânico” valores sociais, ambientais e éticos, ligados a preservação ambiental, a saúde humana, remuneração adequada aos produtores familiares.

c) **Determinação legal**

Nesta parte, de modo geral, iremos promover uma breve reflexão em torno das determinações legais que acontecem na FAFV, o que inclui a legislação e normatização brasileira de produtos com base agroecológica⁹⁰.

Por ser um debate amplo, dedicamos uma seção específica (**4.3. Mecanismos de verificação e controle social na Feira Agroecológica de Casa Forte**) nesta tese para debatê-la. O consumo de produtos orgânicos não responde a um padrão ou a práticas generalizadas que são recorrentes e identificáveis em quaisquer contextos (CASSOL; SCHNEIDER, 2017). Pelo contrário, as motivações de consumo, como averiguado até aqui, são diversas e possuem elementos próprios, e, mudam de acordo com a região e os atores sociais que participam dela. Posto isso, as relações de confiança estão diretamente conexas a aspectos culturais e institucionais. Isto porque, como chama atenção Kjaernes (2013), a confiança atribuída a comida é um processo construído social e culturalmente quanto institucional. Os dois primeiros aspectos acontecem, porque ela está conectada às normas e expectativas geradas na relação cara a cara, implicando em como as pessoas manejam sua relação com as outras, e como mantêm

⁹⁰ Elegemos manter essa seção nesta parte do texto, uma vez que, ela caracteriza a dimensão “relações práticas”, na formação do *espaço de reciprocidade*. Ao mesmo tempo, ela está inserida em um debate mais amplo. Por isso dedicaremos a ela um tópico neste trabalho, a fim de explicar em profundidade essa discussão.

relações com as instituições políticas. Quer dizer, as nossas escolhas “do que” e “onde” comprar e de como preparar os alimentos, não estão somente ligados aos motivos que descrevemos aqui – saúde, bem-estar individual – mas uma série de questões associadas a produção, distribuição e consumo de alimentos. Por meio de relações de troca diretas, onde geralmente são encontrados os aspectos anteriormente mencionados, as questões formais não são consideradas relevantes. Dado que, conforme dito por Sabourin (2011), as trocas realizadas entre os agricultores familiares e outros agentes estão assentadas nos princípios da dádiva, estudados por Mauss e retomados recentemente, através dos estudos sobre reciprocidade, nos trabalhos de Caillé (2005) e Martins (2019).

Contudo, quando os mecanismos de troca interpessoais cedem lugar as formas de intercâmbio mercantilizadas, os princípios da reciprocidade e da dádiva cedem lugar a outros mecanismos de interação e regulação, tais como preços, e ou mesmo contratos (SCHNEIDER, 2016). Integrada a essa concepção, a confiança não deixa de existir na interação entre os atores, e está relacionada à performance política e institucional. É dizer que, ela também é importante nos mecanismos regulatórios e formais que permitem os consumidores crerem na eficácia e na legitimidade (qualidade) do produto que estão comprando (CASSOL; SCHNEIDER, 2017: p. 202).

Neste sentido, as unidades produtivas familiares que comercializam seus produtos nas feiras agroecológicas estão respaldadas legitimamente (legislação e normatização). O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa) cadastra essas famílias através da Organização de Controle Social - OCS⁹¹, que é específico para os agricultores familiares com produção orgânica. Em resumo, um grupo de agricultores, normalmente organizados em associações, se autorregula para garantir sua produção orgânica. Essa garantia é também garantida na relação de confiança entre produtor e consumidor, e atores sociais presentes nas instituições de fiscalização.

4.3.2 A dimensão das relações afetivas

Esta dimensão sugere a existência de valores afetivos, que constituem e justificam as interações dos atores sociais dentro e fora do espaço da FACF. Assim, como a primeira dimensão, esses valores foram percebidos a partir das falas dos entrevistados e das observações

⁹¹ Realizaremos um debate aprofundado sobre a OCS no próximo tópico deste trabalho.

de campo. Por este caminho, compreendemos que essas relações são mobilizadas por tais aspectos: sentimentos de cooperação e amizade; solidariedade; conflitos; memória; credibilidade; lealdade e confiança.

a) **A relação entre produtores-feirantes**

As interações entre os produtores é um espaço relacional importante, nas quais eles socializam e trocam sentimentos e valores. Nesse espaço, já está evidenciado o encontro de valores como cooperação, solidariedade, reciprocidade, respeito, confiança, cujo resultado é o mantimento dos vínculos sociais. Neste sentido, é um espaço de atitudes compartilhadas e, assim, de fortalecimento desses valores. Ao mesmo tempo, é um espaço de divergências, que exige um esforço diário. Essas interações sociais começam de fora para dentro, isto é, começam nos seus sítios/residências, e se estendem até o espaço da FACF.

A associação também é um instrumento de formação e fortalecimento dos laços sociais entre os produtores. Isso se justifica, primeiramente, pelo fato de as associações integrarem os indivíduos a nível local em torno de um projeto comum; em segundo, elaboram e reproduzem aspectos de formação para buscar soluções coerentes à sua realidade; por seguinte, às peculiaridades da organização, de modo que alcancem as demandas econômicas e sociais. A sua importância está também associada à possibilidade de agregar valor cultural ao produto, apoiando a preservação e conservação do meio ambiente (PIRES, 2004).

O grupo de produtores entrevistados fazem parte da Associação dos produtores rurais orgânicos do Projeto de Assentamento Ronda - Chico Mendes, hoje integrando 52 produtores orgânicos, localizada no município de Pombos, a 60km da capital. A associação foi criada para organizar os produtores orgânicos da região, e os que tinham interesse de fazer a transição do convencional para a produção orgânica. Seus associados que participam da FACF, possuem hoje, de uma a quatro bancas de comercialização. As reuniões ordinárias acontecem uma vez no mês, na última segunda-feira. As reuniões extraordinárias acontecem em situações de pendências.

A associação ronda, e a proximidade dos sítios carregam consigo, as noções de ajuda mútua, compartilhamento de recursos e princípios, conhecimentos compartilhados, interdependência em atividades econômicas, e mantêm relações recíprocas para satisfazerem projetos comuns. Neste âmbito, a associação se torna um eixo importante para a inserção de novos produtores na produção orgânica, e na colaboração entre os produtores associados, no

que diz respeito a ajuda mútua recíproca. Neste caso, nos referimos ao *mutirão*⁹², que designa a cooperação camponesa, e a construção da credibilidade entre os pares. Ambas, são identificadas quando os produtores visitam o sítio de outro produtor para acompanhar a produção orgânica, quando algum produtor apresenta dificuldades na produção, ou mesmo quando ele não está seguindo as normas da produção orgânica. Todo o incentivo é fornecido para que o agricultor, em caso de dificuldade, não desista de produzir. Isto fica claro na fala do presidente da associação, Ivanildo, e de um produtor associado:

E a gente se junta na reunião [na associação] justamente para discutir o que está acontecendo no campo do outro, na área do outro, o que está acontecendo. Se estiver acontecendo, no caso, uma deficiência na questão de produção a gente se junta - a gente chama de *mutirão* - a gente junta os agricultores, vão lá e dá uma força para ele melhorar a horta dele pra que ele não se desestime na agricultura orgânica. Lá na nossa [associação], a gente mantém a norma desde o princípio. E até agora quem entrar a gente acolhe. A gente vai lá fazer uma visita na área dele, ver se não tem queimada, se não tem uso de agrotóxico na área, e se ele quer produzir ele vai escolher uma área lá dependendo de como esteja a situação no sítio dele, e ele pode começar a produzir. E a partir do momento que ele tiver na produção, e que ele estiver passando também no processo da questão de ter a documentação pode tirar a OCS, e o grupo todinho aceitar e assinar pra tirar a OCS dele aí tá apto pra vir pra feira (IVANILDO, PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO RONDA, 48 ANOS, 2018).

Essas visitas acontecem, como se diz: “sem querer, querendo” [risos]. Mas tem que ir ver, porque a maioria são próximas [as propriedades]. No caso, são duas de [nome do produtor], duas de [nome de outro produtor], mas tem outro próximo dele, e eu estou próximo a outro do lado de cá. E o outro tá me vendo e eu estou vendo ele, e assim sucessivamente. Com os outros é igual! (PRODUTOR 1, 52 anos, 2018).

Você tem que ir olhar as hortas para ver o certo e o errado. E eu vou! Eu digo [a outro produtor]: “desse jeito que você está indo..., mas não está vendo o que está certo, e o que tá errado?! (PRODUTOR 4, 46 ANOS, 2018)

Vê-se, que quando um produtor escolhe fazer a transição do produto convencional para a produção orgânica, ele encontra acolhimento e incentivo por parte do grupo. O momento do *mutirão* acontece também para fiscalizar o produtor, para verificar se ele está plantando o que leva à feira. Segundo o presidente, *a gente vai também fiscalizar para ver se ele, o produtor, tem realmente o produto que está botando na feira*. Visto isso, os pontos apresentados mostram que as formas de ajuda mútua podem ser diferenciadas, expressando as dinâmicas de reciprocidade simétrica, percebendo nesta forma de trabalho uma maneira de manter as regras de compartilhamento e solidariedade (SABOURIN, 2009).

⁹² Segundo Bearepaire (1956 apud Sabourin, 2009), a palavra *mutirão*, utilizada em todo o Brasil viria do guarani *potirom*, que significa “mãos à obra”.

Dentre outras práticas com o apoio da associação e do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Pombos, a ajuda mútua é também mobilizada para necessidades de contribuições materiais do grupo: *Tem uma viagem para gente fazer, aí se não tiver dinheiro suficiente na associação, a gente convence o grupo, o pessoal dá.* O esforço de integrar os agricultores não se limita apenas em aceitá-los na associação, inclui também inserção deles em outras feiras agroecológicas: *A gente tem outros pontos de feira, que a gente está olhando. Estamos vendo a possibilidade de botar agricultores que já está com a produção orgânica, que já dá para botar em outro ponto de feira. Ai a gente está vendo isso, trabalhar isso aí.*

É importante destacar que a ajuda mútua não se trata apenas de produção de bens ou do bem-estar material (SABOURIN, 2009), é questão também, da amizade entre os produtores (**foto 10**). Desta forma, a amizade, por um lado, se torna eficiente e contribui para a reprodução da reciprocidade binária de ajuda mútua, e por outro, a reciprocidade coletiva através da união dos membros do grupo. Isto fica evidente, por exemplo, na transição da produção convencional para a produção agroecológica, e os benefícios que ela promove. O incentivo à produção orgânica é verificado na fala do produtor:

[cita o nome de um produtor] me incentivou muito. Eles e outro [produtor] me incentivou, e eu sempre encontrava ele na igreja. Ele conversava sobre isso aí [transição para a produção orgânica]. Até me lembro as primeiras coisas que o irmão [nome do produtor] disse: “olhe irmão, esse ano eu já comprei um jogo de sofá para casa, comprei um som. Olhe foi tudo com as coisinhas orgânicas que eu estou vendendo”. E foi? “Foi”. Então é bom, vamos tentar.

[...] Por isso muitos começam e precisam de muita força, muito estímulo. A produção de [nome do produtor] mesmo, ele mora aqui embaixo, é parceiro meu aqui, ele já tentou umas duas vezes e já desistiu, agora, está na terceira tentativa, mas agora ele disse que vai estar firme, graças a Deus (PRODUTOR 2, 50 ANOS).

Foto 26: Produtores conversando, depois de terem finalizado a organização das bancas na FACP.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.

O aspecto agregador gerado pela solidariedade, pela cooperação e confiança dependem das relações de reciprocidade. A solidariedade e a confiança, por exemplo, constituem o prolongamento de proximidade, e se revelam importantes em situações de cooperação em que a produção do produtor foi baixa. É no caso também, dos produtores que por alguma razão não podem levar sua produção para ser vendida na feira: *No caso eu posso trazer de dona Nalva, e dona Nalva pode trazer o meu, mas a gente está na mesma OCS da associação e no mesmo grupo, a gente pode se ajudar.* Neste caso, a reciprocidade sob forma de solidariedade e confiança, se vê fortalecida, e se sobrepõe, inclusive, a fatores econômicos:

Que não sejamos atravessador, ou seja, pegar o produto dele [do produtor] e querer ganhar dinheiro, a gente não faz isso. A gente [associação] trabalha totalmente diferente. O agricultor não está podendo vir, a gente dá uma ajuda a ele. Ou ele tá com a produção pouca, feito o da segunda banca lá, aí a gente convidou ele pra continuar vindo com a produção mesmo pequena aí a gente não cobra o frete dele.

Continua,

Exatamente, estimulando ele a vir vender o produto e o consumidor tá vendo ele na feira, aí se interessa a comprar o produto dele. Quando ele se retrai que não quer vir para feira por que a produção está pouca, ele deixa de vender o pouquinho que tem, ele se desestimula. A gente isenta ele do frete, ele não paga. O frete que era para ele pagar, vamos supor, é de R\$1.000,00 dividido para 10 produtores, vai dar R\$ 100,00/produtor. A gente pegaria a parte dele feito a gente faz, não cobra os R\$100,00 dele, e esses R\$100,00 quem paga é o restante do grupo, tudo numa boa, tudo tranquilo, ninguém reclama, ninguém xinga, ninguém se aperreia. Aí isso estimula também. (IVANILDO, PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO RONDA, 48 ANOS, 2018).

Sobre isso, um outro produtor conta:

Oxe! Quando eu cheguei lá no domingo, ele [cita o nome do produtor] chegou com R\$ 92,00. Me entregou R\$ 92,00!! Eu fiquei assim: “de quem é esse dinheiro?” Ele

disse: “é do couve-flor e da cenoura que você mandou.” Eu fiquei assim “esse dinheiro está certo? Esse dinheiro está certo não, isso aí é seu.” Aí, eu quis lá dá uma quantia para ele, e ele disse: “não! Fique tranquilo, não deu trabalho nenhum”. Ele [cita nome do produtor] disse que não precisou porcentagem nenhuma para vender. Aí, isso foi um dos primeiros estímulos, né?! (PRODUTOR 2, 50 ANOS, 2018).

Os valores citados acima se estendem ao espaço da feira. Eles foram verificados em algumas situações relatadas pelos entrevistados, e observadas nas visitas a feira. Assim, foi observado em todas as visitas a FACF, a intercooperação manifestada face a retirada dos caixotes com os produtos de dentro do ônibus, por parte dos produtores (**foto 27**) na chegada e na saída da FACF. Este mesmo valor foi descrito na fala do produtor ao relatar situações de compartilhamento da banca: *Eu e Fernando ficava a gente só era uma banquinha para nós dois ali*. Essas ações envolvem a reciprocidade, que entendemos a partir da definição de Dominique Temple (2003) como redobramento de qualquer ação ou prestação, que permite reconhecer o outro participar de uma comunidade humana.

Foto 27: Observamos nestas imagens, a intercooperação no descarregamento dos caixotes com os produtos na chegada, e na saída da FACF.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JULHO, 2018.

Através da observação, encontramos situações com outra forma de interação, dos quais podem resultar em benefícios mútuos: trata-se dos bens simbólicos. O alimento orgânico, neste

sentido, incorpora o signo da união, da comunhão, da amizade, e da confiança a partir da sua oferta e recebimento. No caso quando o cliente chega na banca de comercialização em busca de algum produto, e ele está em falta, o produtor tem a liberdade de buscá-lo na banca de um colega (normalmente da mesma associação), mesmo quando ele não está presente. Ou indica ao consumidor, o produtor que o possui.

Se meu cliente quer uma melancia, eu não produzo melancia, eu digo para ele “olhe aqui tem produtor de melancia que é da mesma região, mas eu não tenho. Posso pegar para o senhor e separar?” “pode!” (PRODUTOR 1, 50 ANOS, 2018).

Eu falei para ele: “Oh [nome do produtor] peguei esse quiabo aqui”. Ele: “tá bom” Aí, é assim na hora, entendesse?! Peguei uns R\$16,00 com Dé de compra “oh [nome do produtor] anota aí”. Aí, ele anota: “[nome do produtor] R\$16,00”. Ando, a feira todinha, e não fico devendo um centavo a ninguém. Não tinha, peguei com fulano, entendeu?! Eu só pego com as pessoas do nosso grupo. É só da nossa associação. Mas, às vezes, pego também com os meninos conhecidos, os meninos daqui de [Engenho] Mocotó, Chã Grande, né?! Porque eu não sei quais são os processos dos outros que eu não acompanho eles. (PRODUTOR 2, 50 ANOS, 2018).

Quando não tenho um produto que o cliente quer, eu tenho umas pessoas de confiança, não quero dizer, mas você não confia nos outros. Mas eu não vou garantir o produto de uma pessoa de outra associação que eu não conheço. E a gente sabe lá, como eles trabalham lá?! Eu sei que trabalham orgânicos. A gente tem uma pessoa do nosso grupo, aí pego com ele. No final a gente passa o dinheiro. Porque se eu pego produto de outras pessoas sem conhecer. (PRODUTOR 5, 46 ANOS, 2018)

O processo acima analisado aparece na fala do consumidor entrevistado, quando perguntado se ele teria conhecimento sobre como o produtor conseguia um produto de seu desejo. Segundo ele, a convivência entre os produtores possibilita um elo de confiança, e isso se deve à amizade entre eles.

[...] eles também se ajudam. Isso também é da convivência deles, as vezes você pede um produto que ele não tem..., por exemplo, acho que sábado ele [produtor a quem se refere] não tinha espinafre. Aí você pede, ele não tem, mas ele não diz que acabou. Ele vai na banca de um amigo que ele tem lá, e pega (CONSUMIDOR 2, 54 ANOS, 2018).

No entanto, a reciprocidade não se manifesta apenas na dádiva, seja ela partilhada em pequenos grupos, ou como na contemporaneidade, difundida por estranhos. Ela também está presente “nos desafios mútuos, ou que se seguem a danos provocados por outrem contra a pessoa ou alguém do seu grupo” (ZALUAR, p. 10, 2017). Os desafios e dificuldades no grupo dos produtores no contexto exposto anteriormente, condiz sobre a desconfiança, punição e a reputação. *Com qualquer um, não!* Esta fala do produtor, pondera que “pegar ou não pegar” um

fruto com qualquer produtor, expõe sua insegurança em adquirir ou indicar um produto “não orgânico”, na medida em que ele não conhece a procedência do produto indicado. A reputação fica em jogo. Mesmo sendo uma obrigatoriedade o agricultor familiar, que comercializa em feiras orgânicas possuir a OCS (documento que garante o processo produtivo orgânico), a proximidade (amizade) com o agricultor, é quem garante, no final das contas, a qualidade do produto orgânico.

Aí quando [o consumidor] chega assim e diz: “oh, seu Elias, tem feijão?” Eu digo: “tenho não, mas se quiser eu vou conseguir”. Aí ele diz: “vá e escolha um pra mim”. Vou lá. Eu já sei com quem é que eu vou pegar. Não gosto de pegar coisa de todo mundo não (PRODUTOR 4, 46 ANOS, 2018).

Outro produtor justifica o receio quem tem em buscar algum produto na banca de alguém que não possui proximidade, porque coloca em xeque sua credibilidade:

Porque o meu medo é que dê algo errado, porque pode acontecer: meu vizinho ele não produz orgânico, e eu produzo e o outro vizinho também, mas o vizinho dele não produz orgânico..., Aí eu pego o feijão, pego aqui guardo pra o cliente, ai eu guardo aqui [na banca]. A ADRAGO chega. De quem é o feijão? Está no meu banco, ele é meu. Eu vou dizer: “mas é de fulano”. Mas se está no seu banco, é seu. Ai eu não gosto de pegar com todo mundo (PRODUTOR 1, 50 ANOS, 2018).

Assim como pode ocorrer a reciprocidade positiva, a forma de reciprocidade que chamamos de negativa é também um vínculo social com o outro. Como afirma Martins (2019), quando prevalece a desconfiança e o medo da traição, o mercado se desorganiza. Sobre isso, o produtor relata que já aconteceu de um produtor da Associação Ronda, vender produto convencional, e ele foi punido: *esse produtor foi expulso da feira. Expulso da feira e da associação*. Esta situação foi provocada pela reciprocidade assimétrica, ou seja, segundo Sabourin (2011) mesmo que exista a preocupação pela harmonia social do grupo, haverá situações em que a estabilidade do grupo será ameaçada. Neste sentido, podemos perceber neste espaço relacional que a reciprocidade prevalece, mesmo em situações de desconfiança entre os produtores. No geral, as prestações recíprocas criam um valor ético, que permite a cada ator social redobrar sua consciência no outro.

b) Relação entre produtores e consumidores

Conforme estamos discutindo ao longo deste trabalho, as cadeias curtas de alimentos, no nosso caso em estudo, a feira agroecológica de comercialização de produtos orgânicos, possibilita o escoamento da produção por meio das relações de troca diretas. Nesse sentido, questionamos? Qual interação social protagoniza o espaço da feira, e permite a sua manutenção

e vivacidade? Certamente diríamos todas. Mas chamaremos atenção para o encontro entre produtores agroecológicos e consumidores urbanos. Nela, existe uma articulação entre práticas de reciprocidade e práticas de troca. Claramente existe uma relação de troca, entretanto o contato direto entre o produtor e o comprador permite, como defende Sabourin (2011, p. 196), redobrá-la com uma relação binária, *face to face* que gera valores afetivos que sustentam essa relação: sentimento de amizade; reconhecimento; lealdade; respeito; credibilidade.

A cada relato, os produtores e consumidores mostram, que a relação de reciprocidade é gerada inicialmente pela troca, por uma dádiva simbólica: o produto orgânico. O tempo aparece como um fator importante na origem e mantimento desta relação. Ele proporciona a construção da amizade, materializado no abraço, no aperto de mão, e pela possibilidade de conversar e trocar informações (**foto 28**): *É a gente conversa várias coisas assim conforme a produção, da forma da compostagem, como é que usa o adubo, qual o adubo que a gente usa*. Inicialmente, segundo as falas de alguns consumidores, os primeiros vínculos foram criados quando chegaram a feira, e na busca pelos produtos acontecia a identificando *com mais de um ou dois, seja por que motivo for*. Junto a ele, foi verificado que o consumidor privilegia realizar suas compras na feira, por ser um espaço de encontros, pela personalidade que a relação cara a cara proporciona, e pelo prazer e garanti de adquirir um produto de qualidade.

Para mim, só em não ter atravessador já é importante. Para mim, isso de comprar diretamente da pessoa, já é uma coisa que eu acho muito massa, entendeu? Porque eu estou próximo de quem está fazendo, eu gosto disso sabe? Eu me sinto numa escala mais humana aconchegante assim sabe?

Foto 28: A sequência de fotos mostra o momento do encontro entre o consumidor e o produtor, na FACF. O consumidor da foto, frequenta a feira há 15 anos.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.

Tais situações de contato cara a cara, dão lugar a relações humanas – conversar, explicações em torno do produto, do trabalho, do procedimento – as quais geram sentimentos de lealdade, confiança, amizade, credibilidade entre produtores e consumidores. Os laços entre esses atores sociais se fortalecem também, nas visitas que os consumidores fazem a unidade produtiva do agricultor familiar. Ao fazerem isso, expandem as relações de amizade para fora da FACF, geram o sentimento de satisfação, e sedimentam a confiança. Segundo um produtor e três consumidores a FACF reforça a pessoalidade das relações:

Eu tenho uns 20 clientes que estão comigo desde o início, tudo gente boa. A conversa é durante a compra dele. Teve uns que perguntou se poderia visitar a propriedade. Eu digo: “a hora que o senhor quiser ir”. Dois foram visitar lá [a unidade produtiva]. Esses são os mais chegados. Foi muito bom! Chegaram umas 9h e saíram umas 14hs. Almoçaram lá. Eles disseram: “quero conhecer sua área todinha”. Fizemos um churrasco. Eles ficaram muito agradecidos. Eles gostaram de ir lá (PRODUTOR 5, 46 ANOS, 2018).

Com os próprios feirantes já vai tendo uma relação massa [legal] de chegar aqui, dar aquele bom dia, sei lá, aquela coisa que acho que só feira livre tem, sabe?! No supermercado eu não tenho esse prazer, eu acho muito ruim até a questão da qualidade, mas assim de cara essa parte prazerosa do momento da feira é uma coisa bem forte assim para me fazer ir lá [na feira] (CONSUMIDOR 1, 34 ANOS, ARTISTA PLÁSTICA, 2018).

Com o passar do tempo você começa a estabelecer relação de confiança com alguns comerciantes, então é uma coisa que fizemos, no supermercado você não consegue isso. Então é uma relação ganho a ganho, ganha o cliente porque sabe que pode contar sempre que precisar com aquele comerciante (agricultor) e ganha o comerciante sempre porque tem sua clientela mais ou menos fixa, né?! (CONSUMIDOR 2, 54 ANOS, SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL, 2018).

A gente faz amizade, o pessoal conhece a gente pelo nome, é diferente de eu ir a uma feira feito a de casa amarela. O pessoal oferece, tens uns [produtores] que guarda...a moça da pinha diz: “a sua cesta está aqui”. O homem da laranja, ele diz: “eu trouxe o da senhora viu?! Só trouxe para senhora, viu?! Eu guardei 30 [laranjas] pra senhora. Então esse relacionamento é muito gostoso, a atenção. É diferente de você chegar no supermercado. É frio, você não tem esse contato (CONSUMIDORA 4, 72 ANOS, APOSENTADA, 2018).

Na fala dos consumidores, este processo impulsiona uma relação de reciprocidade pela qualidade do produto e a crença estável no produtor. Essa estrutura produz a confiança, a credibilidade (fonte de prestígio) e a lealdade. Um consumidor diz: *É você saber que aquilo que você está comprando é de boa procedência, ou que você acredita no que o vendedor está lhe dizendo.* Assim sendo, a construção de “relacionamento de qualidade” entre o produtor e consumidor na FACF, tem na qualidade do alimento orgânico (como já analisado na dimensão das relações práticas) o fator chave nesse processo da construção do laço social, e assim, cresce

a necessidade de edificar a relação de confiança. Mesmo quando essa confiança pode ser ameaçada pela desconfiança de um produto estragado, a creditação é sustentada por ela. Esta última existe quando um lado acredita na outra parte. Verificamos isso na fala dos produtores:

Porque a maioria dos clientes, os mais velhos, desde o início da feira sempre disse assim: eu confio em você, confio no seu produto porque eu sei o que compro. Porque antes o meu produto não durava tanto e hoje dura, então... E permanece durando (PRODUTOR 1, 50 ANOS, 2018).

Chegou uma cliente para mim e disse: “O que foi que aconteceu que a semana passada minha alface, a minha rúcula ele se estragou?”. Eu disse “foi?”. Ela disse “foi”. Eu digo eu não sei o que aconteceu, o produto é o mesmo. E ela disse: “eu acredito”. E ela comprou, e foi embora. Na outra semana ela disse: “Me perdoe, o problema estava na geladeira”. Eu disse: “Não tem que pedir perdão”. Ela: “me perdoe”. Eu: “não, não sem problema nenhum”. Ela: “Não! eu reclamei a você” eu falei: “tudo bem se o produto não estragava, e veio estragando tem algo de errado. Ela: “Acho que foi minha geladeira, tive que jogar fora. Ela não prestava mais” (PRODUTOR 2, 50 ANOS, 2018).

Na fala dos consumidores, a satisfação e a confiança estabelecidas nas informações fornecidas pelos produtores sobre a qualidade e a origem dos produtos, mantem essa confiança. A separação dos produtos para os consumidores mais antigos – que normalmente são bem informados e exigentes quanto à qualidade – sugere a manutenção da amizade e da confiança.

Eu compro em [nome do produtor], e outras duas [bancas] lá trás. Chamo ele de baixinho e Gildo, pronto. Agora uma vez ou outra eu compro em outra, mas o certo mesmo é essa [banca]. Sábado, o [nome do produtor] vai escolher milho para mim na banca do [outro produtor]. Ele tinha milho, mas vai para banca do Mariano porque o Milho de [nome do produtor] estava melhor do que o dele. Aí, ele vai pegar o milho lá, ou seja, para você ver como é a minha amizade ali. Quando eu vou lá comprar que tem uma coisa diferente, ele diz: olha a banana comprida está boa, eu compro a banana comprida a ele. O [nome do produtor] é mais folha, o [nome de produtor] tem batata, tem mamão, tem essas coisas. O [nome do produtor] é mais folhagem (CONSUMIDOR 3, 71 ANOS, APOSENTADO, 2018).

Folhas eu compro no [nome do produtor]. Pimentão, chuchu, alface...aí quando ele não tem, eu vou em outro, mas a princípio eu vou nele. Eu acho que ele é uma pessoa muito honesta, é muito atencioso, é muito dedicado. E é falante, eu gosto de falar. Eu chego lá, já dou bom dia (risos). Conversa do que eu sei. Sobre batata. Eu compro batata nele, porque elas são muito boas. Troco experiências (CONSUMIDORA 4, 72 ANOS, APOSENTADA, 2018).

Para manter essa confiança, os consumidores devem oferecer evidências comportamentais de lealdade (GASSENHEIMER et al, 1998 apud Dias et al, 2017). Atitudes, que segundo Blackwell, Miniard e Engel (2009) desempenham um papel importante na modelagem de comportamento do consumidor, sendo úteis na compreensão dos motivos que o levam a comprar ou não um produto, nesse ou naquele lugar. Por este caminho, os valores gerados na constituição dos laços sociais entre os produtores e consumidores influencia essa

lealdade. Ela possibilita a fidelização com o produtor, mesmo em situações que ele não tenha o produto “x”, ou porque o consumidor não tem interesse de comprar um determinado produto naquela semana. Percebemos isso na fala de dois consumidores e um produtor.

Então os [produtores] que eu vou hoje em dia, eu vou sempre, nem que eu só compre uma coisinha, vou lá nem que seja para cumprimentar, se eu acabar não levando nada. Ai eu sempre compro em [nome do produtor], e mesmo quando eu não compro nele, assim eu tento pelo menos comprar uma coisa. Porque é isso, eu acho que é uma afeição que vai se nutrindo, entendeu? E aí eu não sei se porque ele foi com a minha cara. Ele guarda lá na barraca dele minhas coisas, enquanto eu compro toda minha feira (CONSUMIDOR 1, 34 ANOS, ARTISTA PLÁSTICA, 2018).

Porque se você frequenta muito o mesmo lugar, em qualquer, situação você vai conhecendo as pessoas. Então as vezes o agricultor pode chegar e dizer: “olhe não tá muito bom hoje não, não é do jeito que o senhor quer”. Imagine uma pessoa que compra acerola, tem gente que gosta de acerola mais madurinha, ou ao contrário, gosta dela bem mais novinha. Se ela estiver de outro jeito a própria pessoa [consumidor] diz: “olhe não tá daquele jeito que eu gosto e tal”. Você tem uma relação de confiança a esse propósito (CONSUMIDOR 2, 54 ANOS, SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL, 2018).

Aí ele [consumidor] diz assim: “[nome do produtor] eu só gosto de comprar a você, não gosto de comprar a ninguém. Só quando você não tem, e você aponta ali [para outra banca de venda] (CONSUMIDOR 3, 71 ANOS, APOSENTADO).

Outro aspecto é a questão da confiança nas transações comerciais na FACF. Sabemos que as feiras agroecológicas são espaços socialmente construídos por um conjunto de atores e instituições, que geram um espaço de novas relações de produção e consumo alimentar. Reforçamos, que a questão da confiança se torna mais uma vez um elo importante nessas transações, e enquanto mecanismo de interface. No caso da FACF, a confiança é vista, por exemplo, na escolha dos produtos por parte dos agricultores familiares. Normalmente, as cestas são montadas a partir do conhecimento que o produtor tem sobre as preferências do cliente. Esse conhecimento é resultado do vínculo social estabelecido ao longo do tempo no espaço da feira, e o desejo do produtor para que o consumidor volte.

Dona Ana já manda o carrinho dela. Lucas trás as sacolas, já arrumo. Ela não quer ver nada. Eu digo a ela: “Olhe! Separei os melhores que eu tinha”. Porque eu vou pegar o melhor pé de alface que eu tiver. Por exemplo, eu quero que Felipe para semana volte de novo. Eu quero que o cliente volte de novo na próxima semana. Aí, não é porque ele mandou eu separar, que eu vou pensar: “ah! eu vou colocar os inferiores, ele não tá vendo mesmo, não vai olhar quando chegar”. Mas quando ele chegar em casa ele vai olhar, ele ou funcionário dele, né?! (PRODUTOR 2, 50 ANOS, 2018).

Porque eles não me vendem o que não presta. Não é só a mim não, mas tem pessoas lá que eles têm amizade eles separam logo cedo, eles fazem as feiras das pessoas. O cara liga para ele [produtor]: “eu quero isso, isso e isso”. Ele pega faz a lista. Ele não tem Jaca, mas ele vai nunca banca que tem jaca compra, e bota na feira do cara. Você

veja, eu não sou especial, tem muitas pessoas que eles tratam assim também (CONSUMIDOR 3, 71 ANOS, APOSENTADO).

A modalidade de venda, o “fiado”, caracteriza uma das formas da confiança e amizade entre os produtores e consumidores. Os valores devidos pelo consumidor são anotados em uma caderneta, ou mesmo nem percebidos por eles, ficando sob a responsabilidade do cliente a lembrança da dívida – que também é paga sempre com um valor mais alto, como uma forma de compensação, para a situação não abalar o laço estabelecido. Há transferência de valores pessoais nessas situações com o produtor, como a confiança e honestidade.

Você começa a estabelecer aquela relação de confiança, já em algumas ocasiões. Você acredita, que quando eu chego em casa e vou guardar as compras, a minha esposa faz o *check list* lista da feira, aí eu verifico: eita! isso aqui eu peguei e não paguei! Aí na semana seguinte eu vou lá e digo: olhe tome mais isso [um crescimento no valor], que eu não me lembrei da semana passada. Então quando as vezes eu estou terminando de comprar eu digo: Vamos fazer as contas! Ele diz: Faça você e me diga! É a relação de confiança, entendeu. Eu não me sinto bem de sair de lá [da feira] sem ter pagado. Sabendo que eu estou levando algo sem pagar. Isso é desagradável eu não gostaria que fizessem comigo, então eu não faço. Eventualmente pode já ter acontecido isso por uma falha mesmo esquecimento (CONSUMIDOR 2, 54 ANOS, SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL, 2018).

Ainda ele pagou cento e sessenta e dois, ele mesmo quem faz as contas, eu vou dizendo e ele vai fazendo a conta, aí quando é no final ele diz deu tanto e eu digo tá certo, ele diz quer que eu confira de novo, precisa não né, pra que? (PRODUTOR 4, 46 ANOS, 2018).

Eu separei as compras dele, e as compras dela [da mãe do consumidor]. Foram quatro sacolas. “Quem vai levar a da sua mãe?”. Ele: “Sou eu que vou levar”. Eu disse: “ok! Eu já fiz a soma”. Ele já ficou constrangido, e falou que passou no banco e não tinha dinheiro. Pediu o número da minha conta, eu disse: “que número de conta?! Vá embora (risos) (PRODUTOR 2, 50 ANOS, 2018).

Em resumo, os indivíduos criam elos de convivência a partir das dádivas divididas, mas também se ligam em situações de conflitos. Do mesmo modo, parafraseando Caillé, Zaluar (2017) diz que a confiança é o termo mediador para justificar porque os indivíduos permanecem juntos “seja o móvel do seu desejo, o medo, o interesse, a sociabilidade ou a lei”.

c) Afetividade e memória.

Neste espaço relacional apresentamos a dinâmica entre os consumidores, com foco na afetividade e memória. Ambos, são aspectos despertados na interação com o espaço da feira e seus elementos (natureza; cheiros; sabor; alimento orgânico; encontros). Com base nisso, a memória atribuída ao consumo do alimento de qualidade vendido na FAFV advém tanto de uma lembrança afetiva despertada, como das relações criadas ali.

O produto orgânico é portador de emoções que lhe imprime sentimentos ligados a trajetória de vida do consumidor. Os depoimentos colhidos confirmam que essas memórias produzem mais uma motivação para comprar o produto orgânico, e sintonizam um vínculo com o passado. Logo, entendemos que a formação da memória se dá por intermédio da interação do indivíduo com o mundo, ao longo dos laços sociais que ele estabelece durante sua trajetória de vida. Tendo em vista a feira agroecológica de casa forte, acreditamos que o despertar de memórias afetivas ali, estão permeadas não só pela ida ao espaço da feira, mas do (re)encontro com elementos das vivências do passado, tais quais: o contato com a natureza; o conhecimento; o sabor; os aromas; as texturas do ambiente; e as relações de amizade. Outro ponto identificado nas falas das consumidoras, é a perda do contato ou a região que vem a produção agrícola.

Podemos verificar isso nas falas das consumidoras:

Eu sei como faz uma horta, uma compostagem. Plantamos [o marido dela e ela] muitas coisas durante 10 anos (1991 a 2001). Daí, o meu marido morreu e voltei para Recife (CONSUMIDORA, 74 ANOS, APOSENTADA, 2018).

Faz mais ou menos dois anos e meio, a três anos que eu frequento essa feira. Eu na verdade como sou do interior, então eu já tenho de infância essa coisa de feira livre. Vim morar em Recife a dezesseis anos, vim para estudar aqui. E eu tinha perdido um pouco mais dessa coisa da feira livre, mas em alguns bairros onde eu morei eu cheguei a frequentar. Por exemplo: o Mercado da Madalena; ali na Iputinga [bairro] também, perto do Cordeiro [bairro] cheguei a ir ali um período, assim vários lugares onde eu morei..., Mercado de São José [centro da cidade do Recife]..., então, assim eu sempre tive em algum momento essa relação com a coisa da feira livre. Só que desses dois anos e meio pra cá que eu comecei a frequentar essa feira, juntou uma maturidade maior em relação a alimentação, isso em vários aspectos em conseguir armazenar melhor, guardar melhor as folhas, como o meu consumo ficou mais organizado, então me incentiva a ir mesmo pra feira de maneira sistemática

[...]

Essa coisa de chegar e de encontrar quase sempre alguém conhecido ou se não é conhecido, mas pessoas que já são familiares de ver aqui. Outra coisa que para mim tem a ver, que é uma conexão com a minha infância de alguma maneira, de quando eu também ia pra feira. Acho que é uma coisa que me reconecta com essa educação que eu tive de ir à feira livre e gosto de valorizar isso (CONSUMIDORA 1, 34 ANOS, ARTISTA PLÁSTICA, 2018).

A memória também expressa o vínculo com o produtor, e o alimento produzido por ele. Consequentemente, a reconexão do rural com o urbano é estabelecida por meio do alimento orgânico. Como percebemos na fala desta consumidora: *Uma coisa que me faz ir lá [na feira]. Uma coisa que eu acho super emocionante, que durante a semana quando eu estou comendo as coisas [o alimento orgânico] eu me lembro deles [dos produtores] eu imagino: “poxa isso aqui foi plantado por eles”*.

Esses valores humanos, afetivos ou éticos, são expressos também em termos de formação e qualidade dos vínculos sociais, de satisfação, de reconhecimento, de felicidade, e do encontro. Estes sentimentos são gerados a partir dos valores de amizade e de confiança que brotam dessas relações, e um incentivo para a manutenção da reciprocidade. Sobre isso, Sabourin (2011) conclui que se a relação se sobrepõe mais que o serviço prestado (compra e venda), é devido, além da aquisição material (produto orgânico) ela tem um valor incomparável. Segundo este autor, “esse valor é de natureza afetiva (amizade) e ética (solidariedade, confiança)” (SABOURIN, 2011, p. 118). O autor nos lembra ainda, que ele pode ser celebrado com marcas simbólicas (presentes regulares, rituais), mas também com o consumo de alimentos de qualidade. Com efeito, o sentimento de amizade gerado nessas trocas é, de fato, comemorado mediante ao consumo do produto orgânico. Identificamos isso nas falas dos consumidores:

E aí tem essa coisa também de começar a conhecer pessoas na feira. Sabe que já teve tanto amigo que eu encontro, como também tem pessoas que eu comecei a me relacionar, assim de pelo menos ver na rua e já cumprimentar por conta da feira?! (CONSUMIDOR 3, 71 ANOS, APOSENTADO, 2018).

É aquela questão você de tanto frequentar o local você cria uma relação que não é meramente comercial. Às vezes, você começa a ter afeto com as pessoas (CONSUMIDOR 2, 54 ANOS, SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL, 2018).

É isso aí: fica uma coisa assim, que as vezes eu chego em casa numa felicidade danada dessa feira, e é somente por conta dessa conversinha que rola com as pessoas, dessas coisas de perceber as frutas das estações. Eu acho legal! Por exemplo: hoje mesmo eu tive uma vontade de comer abacate, está no tempo, aí vou lá [na feira] (CONSUMIDORA 1, 34 ANOS, ARTISTA PLÁSTICA, 2018).

Por fim, as relações de reciprocidade geradas a partir desses encontros são reforçadas através da memória, de vivências e da amizade. É pensar que antes do ato econômico, existe alguém. A reciprocidade entre pares, neste sentido, é vinculante.

4.4 A ORGANIZAÇÃO DE CONTROLE SOCIAL (OCS): INSTITUCIONALIZAÇÃO DA CONFIANÇA NA FACF?

No Estado de Pernambuco existem 46 organizações, com 960 produtores cadastrados, sendo que 897 estão ativos, e 63 foram excluídos (Mapa; DPDAG; CPOrg, 2018)⁹³. A Organização de Controle Social, OCS (PE 15) “Associação dos Produtores Rurais Orgânicos do Projeto de Assentamento Ronda – Chico Mendes” foi consolidada em 24 de janeiro de 2015, no assentamento Ronda, no município de Pombos. É formada por um total de 53 agricultores,

⁹³ As siglas se referem a: Superintendência Federal de Agricultura em Pernambuco; Divisão de Política, Produção e Desenvolvimento Agropecuário – DPDAG; e Comissão da Produção Orgânica em Pernambuco – CPOrg – PE.

com 52 ativos, e 1 exclusão. Possui assistência técnica particular e apoio do Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Pombos.

Assim como as feiras agroecológicas em geral, a FACF é baseada num regulamento que exclui atravessadores e valoriza os produtos regionais. A maioria dos produtos são certificados de forma participativa. O processo de criação de feiras agroecológicas e produtos orgânicos no Recife, resulta da Lei Nº 16.320, de 26 de março de 2018, que regulamenta as feiras agroecológicas dos espaços públicos ou privados, e que concentra um número não inferior a dois produtores. Segundo a lei, destaca-se a relação de venda direta, entre produtor e consumidor final; os produtores rurais orgânicos deverão manter disponível o comprovante de cadastro junto ao Mapa ou os Certificados de Conformidade Orgânica de seus produtos; a Organização de Controle Social – OCS; os órgãos fiscalizadores tem livre acesso aos locais onde estejam ocorrendo a feira, podendo exigir documentos e informações necessárias para fiscalização (Lei Nº 16.320, de 26 de março de 2018). Com efeito,

um comerciante, um produtor só podem ter autorização do Estado para a comercialização em logradouro público se tiver a OCS. O seu registro de cadastramento do MAPA é fundamental, se não for ele, ele nem participa (AUDITOR FISCAL FEDERAL/MAPA, 2018).

Esse sistema é a regulação e aperfeiçoamento do bom e velho sistema informal de confiança que sempre existiu nas feiras agroecológicas e que antecede a legislação (DAVI FANTUZZI, ASSESSOR CENTRO SABIÁ, 2018).

No caso da Feira agroecológica de Casa Forte, um acontecimento nos motivou a pensar a problemática desta pesquisa: a comercialização de produtos com agrotóxicos em feiras de orgânicas. A comercialização desses produtos no espaço da feira agroecológica era feita por uma produtora, que já havia sido pega seis vezes com contaminação por agrotóxico, pela Agência de Defesa Agropecuária de Pernambuco (ADAGRO) – responsável pela fiscalização na FACF. Ela estava enquadrada na OCS do marido, com quem já não estava mais casada. A punição foi sua exclusão da feira. Na época, organismos de defesa pela segurança alimentar e nutricional, e a mídia impressa se manifestaram sobre o ocorrido (**imagem 1**) e (**imagem 2**).

Imagem 1.: Nota do Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional do Estado de Pernambuco, sobre o a matéria do fantástico divulgada em 2016.



No último domingo (31/01/2016), foi exibida no Programa Fantástico, da Rede Globo de televisão, uma matéria sobre a comercialização de produtos com agrotóxicos em feiras de orgânicos. Parabenizamos a denúncia de pessoas desonestas infiltradas nas feiras de orgânicos, prejudicando famílias agricultoras que trabalham de forma árdua para produzirem alimentos livres de agrotóxicos, de qualidade e saudável para a população.

Reconhecemos a importância da reportagem em alertar consumidores e consumidoras sobre o que compra e consome, mas lamentamos a ênfase dada à forma desonesta na venda de produtos orgânicos. A grande maioria das famílias que comercializam em feiras orgânicas, trabalha com respeito à natureza, conservação da biodiversidade, e sem uso de agrotóxicos.

Gostaríamos de ressaltar a necessidade de uma fiscalização mais eficiente por parte dos órgãos competentes, bem como a divulgação dos seus resultados. Os meios de comunicação podem contribuir de forma bastante positiva ao realizar reportagens que valorizem o trabalho das famílias que produzem sem uso de venenos, com respeito à saúde da população, e favorecendo o consumo de alimentos saudáveis.

Gostaríamos de nos colocar à disposição como fonte de informações, uma vez que o Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional defende que a alimentação saudável esteja presente no cotidiano da população brasileira. E ressaltar a importância de se checar efetivamente as informações em reportagens que podem ter grande repercussão. Recentemente, por exemplo, tivemos acesso à pesquisa que mostra feiras agroecológicas com preços mais baratos que os supermercados, mesmo comparando com os produtos com veneno (convencionais).

Assim, é preciso investir em matérias que mostrem o esforço das famílias agricultoras em garantir comida de verdade na mesa da população, isto é, que abordem o trabalho contínuo, desde a produção, o beneficiamento dos orgânicos, seu trajeto até chegar à feira. Essa é uma forma de valorizar e respeitar o trabalho de quem fornece à população produtos livres de venenos, e que não devem ser condenadas, prejudicadas por atitudes irresponsáveis de algumas pessoas.

Zênia Tavares

Presidenta do Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional de Pernambuco
Fórum Estadual de Segurança e Soberania Alimentar e Nutricional de Pernambuco

Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional do Estado de Pernambuco
Rua Gervásio Pires, nº 399, Boa Vista, Recife/PE. Contatos: 81 3181 3104 - consea-pe@hotmail.com

Fonte: <http://www.centrosabia.org.br/noticia/nota-do-conselho-de-seguranca-alimentar-e-nutricional-de-pernambuco>

Imagem 2.: Nota do Jornal local Diário de Pernambuco, publicada dia 6/03/2016, um mês depois do ocorrido.



Fonte: Diário de Pernambuco, 2016.

Em decorrência do contexto mencionado anteriormente, a preocupação em torno da credibilidade do trabalho realizado pelos agricultores familiares comprometidos com a produção orgânica ficou estremecida entre alguns consumidores. Dito isso, sabemos que a relação de troca estabelecida entre produtor e consumidor é legitimada, fiscalizada e regulada através da OCS. Entretanto, o que mantém essa interação, são os valores da confiança, e da amizade sedimentada pelo tempo e pelas interações ocorridas na feira. Isto fica claro, na fala do produtor entrevistado:

Falaram demais. Teve muitos mesmo que não acreditou mais na gente. Porque se tem uma pessoa errada no meio, deve ter mais pessoas, né?! As que compravam a mim, que já faz muito tempo que compram ne, disseram: Não rapaz, eu acredito em você. Porque teve um mesmo que comprava beterraba e cenoura a mim - porque não podia comer agrotóxico -, ele chegou para mim e disse: você está de parabéns, porque a minha filha está 90% recuperada por conta dos produtos que eu compro a você. Outros ficaram desconfiados por um tempo, mas depois voltaram ao normal (PRODUTOR 5, 46 ANOS, 2018).

A gente confia naquilo como verdadeiro. Se há uma burla...é uma questão de consciência né?! Porque eu acredito que o agricultor segue o padrão. Eu nunca visitei o sítio de ninguém, mas sei de onde cada um vem. [nome do produtor] vem daquela

região de Vitória de Santo Antão. Tem [nome do produtor] que é da região de Goiana. Eu conversei com eles (CONSUMIDORA, 74 ANOS, APOSENTADA, 2018).

Outro aspecto que pode ser observado no contexto acima, é a vulnerabilidade técnica e informacional. O consumidor não detém o conhecimento específico sobre o produto orgânico, tendo apenas uma visão geral sobre tais características, sendo, portanto, o produtor, o detentor de todo o conhecimento. Deste modo, o consumidor é colocado em situação de vulnerabilidade. A vulnerabilidade informacional decorre da vulnerabilidade técnica, ou seja, a falta de conhecimento pelo consumidor dos elementos específicos do produto orgânico adquirido. O consumidor, na maioria das vezes não tem conhecimento de como é o processo e os padrões de plantação orgânica. O que resta é o consumidor confiar no produtor. Por essa via, o princípio da boa-fé, torna-se a motivação dessa interação, e é regida pelo *valor-confiança*. Visto que, se você confia que aquele fornecedor está agindo com honestidade, ou seja, que ele vende produto orgânico, o consumidor devolve a dádiva, através da sua lealdade àquele produtor. Os consumidores de alimentos orgânicos, que compram em feiras agroecológicas tendem a confiar no ambiente e nos vendedores. Não costumam a ficar no selo, ou então, solicitar aos vendedores o cadastro no Mapa. Afirmam que acreditam que aqueles produtores são orgânicos porque já se conhecem e confiam neles (Dias; Révillion; Talamani, 2017, p. 241), como diz um consumidor: *Você pode ficar tranquila que tudo que eles botarem é de primeira*. Com efeito, essa relação de reciprocidade bilateral gera a confiança, a responsabilidade e a reputação (do produtor).

Foto 29: Comercialização de verduras na FACH.



Fonte: PESQUISA DE CAMPO, JUNHO, 2018.

Resolver o problema tornou-se o ponto central do grupo de produtores e instituições da FACH. Foi observado que após a veiculação da matéria, passou-se a ter uma preocupação maior com o sistema de monitoramento e de fiscalização na feira e nas propriedades dos produtores. E foi uma exigência da Associação e do mapa que os entrevistados fazem parte.

Parece que foi Valdemir [auditor fiscal do Mapa]. Ou foi ele, ou foi um da turma dele que veio aí, e disse: “Para poder vender produto orgânico tem que tirar [a OCS] todo mundo”. Aí eu conversei com o presidente, e ele disse: “a gente vai tirar tudinho”. Aí pronto, quando foi com mais ou menos um mês nós tiramos [a OCS]. Aí quando foi em outra reunião ele trouxe, entregou, cada uma. (PRODUTOR 4, 46 ANOS, 2018).

Mesmo quando se está em andamento um processo formal de uma OCS, para depois cadastrar, no Mapa, cada produtor, é comum, quando perguntado, o consumidor desconhecer o documento. Dois, dos consumidores entrevistados desconhecem o termo, mesmo percebendo existência “de algum documento pendurado” na banca de comercialização, eles não têm ciência do que se trata.

Entrevistadora: Você sabe o que é a Organização de Controle Social -OCS?

Consumidora 1: Não!

Entrevistadora: Você já reparou um papel pendurado na banca dos produtores?

Consumidora 1: Eu já vi!

Entrevistadora: O senhor conhece o documento chamado Organização de Controle Social – OCS?

Consumidor 2: Não!

Entrevistadora: Você já reparou um papel pendurado na banca dos produtores? (Depois de explicar um pouco sobre a OCS)

Consumidor 2: É uma certificação.

Certamente, a OCS é um dispositivo legal que permite a transparência no processo da produção e comercialização orgânica, com o envolvimento dos atores sociais. Neste sentido, para além da fiscalização por parte de técnicos de assessorias pública ou particular, o desejado envolvimento dos consumidores no processo de produção que seria “obrigatória”, é remoto. Quando perguntado se acompanha a produção do produtor que ele compra com mais frequência, o consumidor justifica-se.

É disponibilidade Manuella, eu tenho três filhos, você viu: o mais velho tem 16, e o caszinho de gêmeos tem 13 anos. Então, eu sou servidor público, minha esposa é autônoma trabalha também com uma carga horária alta. Então no final de semana você quer um lazer, descansar. Mas um dia irei lá [no assentamento do produtor] (CONSUMIDOR 2, 54 ANOS, SERVIDOR PÚBLICO FEDERAL, 2018).

Neste caso, a confiança é baseada principalmente “na verdade do produtor”, visto que também é limitada a capacidade institucional (no âmbito das ONG’s) de acompanhamento permanente da produção e da comercialização (ARAÚJO et al, 2015).

Porque a grande questão por trás da OCS é o seguinte: a certificação [terceirizada] é uma creditação, a OCS é um cadastramento. A partir do momento que é um cadastramento, o processo é mais simples: o Estado parte do pressuposto que o que o agricultor está falando a verdade, e só fiscaliza se há denúncia ou se há alguma irregularidade na suporta regularidade (DAVI FANTUZZI, ASSESSOR DO CENTRO SABIÁ, 2018).

Destarte, a OCS proporciona mais credibilidade a produção orgânica e ao produtor e o respeito dos consumidores finais. Embora a OCS seja considerada conveniente, e que de uma certa forma pode institucionalizar a confiança entre produtores e consumidores, estes atores sociais, estabelecem, ao mesmo tempo, critérios próprios, que priorizam os laços de confiança, amizade e lealdade. O sistema é baseado em produtos de qualidade, mas, sobretudo, na confiança: os consumidores confiam nos agricultores.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O propósito desta tese foi estudar a formação e reprodução de um *espaço de reciprocidade* (sistema de trocas) envolvendo produtores - feirantes e consumidores na Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF), na cidade do Recife, no Estado de Pernambuco. Diante de tal objetivo, construímos uma hipótese geral de que o sistema de trocas econômicas na FACF é sobreposto por práticas de reciprocidade, uma vez que, o elemento *valor - confiança* é fundamental para legitimar a presença física dos atores sociais dentro do espaço. Também se pretendeu neste trabalho, apresentar um referencial teórico pautado no debate da agricultura familiar, agroecologia, produção orgânica sobre os circuitos curtos de alimentos, feiras agroecológicas, consumo e reciprocidade.

Primeiramente, através da literatura, debatemos aqui, que o atual e dominante modelo de sistema agroalimentar tem o poder de influenciar a forma como nos alimentamos, assim como na geração de inúmeros problemas sociais, ambientais, culturais e políticos. Contudo, destacamos como parte deste processo, a distância crescente entre produtores e consumidores. Decorrentes desse modelo, tem levado ao surgimento de novos circuitos alimentares com enfoque na produção da agricultura familiar. Simultaneamente, explanamos também que o fato dessas redes serem consideradas alternativas ao modelo “convencional” de produção alimentar, não quer dizer que estes espaços sejam opostos ou contraditórios a tal modelo. Por esta via, estudamos que os circuitos curtos de alimentos (*shorts foods*) são uma forma de comércio baseada na venda direta de produtos frescos, onde a distância entre produtores e consumidores não existe. Além do mais, o consumidor, última parte desta rede, e o produto entregue, o orgânico, são diferenciados na medida em que se identifica com o produtor-feirante.

Quando problematizamos este debate no contexto brasileiro, verificamos que nos últimos anos estas experiências vêm se expandindo e diversificando, com a valorização da produção local, e para a garantia da segurança e soberania alimentar das populações rurais e urbanas – onde as feiras agroecológicas também estão situadas. Neste sentido, apontamos que as feiras agroecológicas se tornaram um espaço importante dentro dos espaços urbanos, na medida em que permitem o acesso da população a alimentos livres de insumos, e ao conhecimento sobre a origem e qualidade deste alimento. Para além dessas características, exploramos o papel diferenciado desempenhado pelas feiras agroecológicas, enquanto, também, espaços de relações de sociabilidade. Assim, nossa primeira conclusão é que as feiras agroecológicas estão assentadas em relações e significados culturais que emergem como guias de (novas) práticas e

serviços locais, revalorizando conhecimentos em torno dos alimentos e, em outros casos, reconectando produtores e consumidores através de outros valores e princípios, mas principalmente o que chamamos de *valor-confiança*.

Em tal contexto, as relações de confiança tornaram-se um dos princípios básicos que permitem e sustentam a consolidação de formas diferenciadas de produzir e consumir. Com efeito, a diminuição das distâncias e da possibilidade de interagir pessoalmente, produtores e consumidores acabam criando vínculos sociais, compartilhando valores e visões de mundo e trocando informações através dos encontros no espaço da feira, ou mesmo visitando a unidade produtiva do agricultor familiar (sítio, assentamentos), gerando uma crença mútua que podem refletir em distintos valores estimados.

Como vimos na literatura apresentada neste trabalho, as relações de confiança são importantes para explicar o funcionamento enraizados em valores sociais, deste tipo de mercado. Conforme foi dito, o sistema de trocas, que envolve as trocas econômicas e as de valores sociais, revelam a dinâmica das cadeias curtas de alimentos, não somente em seu caráter funcional, como também na criação e fortalecimento de laços sociais. Assim sendo, a confiança é vista como um aspecto sociológico para analisar os processos de intercâmbio mercantil no interior da feira, visto que os atores sociais que fazem parte dela vêm alterando suas práticas de produção e consumo (CASSOL; SCHNEIDER, 2017). De modo agregado, o debate lançado por Eric Sabourin sobre as contribuições da teoria da reciprocidade na agricultura familiar, deu suporte para nossa pesquisa, revelando a importância desta teoria para explicar o funcionamento e a manutenção dos vínculos sociais formados no espaço da feira entre produtores, consumidores e as instituições que participam desta rede. Constatou-se, assim, como característica deste tipo de mercado, aquilo que Dominique Temple chamou de “relação de reciprocidade binária (cara a cara)”.

Neste sentido, particularizou-se, a experiência da Feira Agroecológica de Casa Forte (FACF), um local que vem contribuindo para a formação de um *espaço de reciprocidade*, em torno do *valor-confiança*. A FACF nasceu a partir da mobilização de um grupo de agricultores familiares, que viram a possibilidade de comercializar seus produtos orgânicos, como alface, cenoura, beterraba, diretamente aos consumidores urbanos.

A abordagem qualitativa adotada nesta pesquisa, dialogando com a literatura relacionada, nos permitiu observar a participação dos atores sociais na construção de um *espaço de*

reciprocidade, a partir dos aspectos analisados nesta pesquisa: da organização espacial e da gestão da FACF; da construção dos vínculos e interações sociais; da formação de duas dimensões analíticas: a dimensão das “relações práticas” (estilo de vida; crença no produto orgânico e determinação legal – OCS e fiscalização) e da dimensão das “relações afetivas” (relações entre produtores, relação entre produtores e consumidores e afetividade e memória); e, dos entraves presentes em cada contexto supracitado. Estes aspectos foram elementares para que pudéssemos apresentar as conclusões desta investigação.

Da organização espacial e da gestão da FACF

O primeiro conjunto de resultados a ser destacado diz respeito a organização espacial e da gestão do nosso estudo de caso. No caso da FACF se insere como um espaço público importante para a venda e o escoamento de produtos orgânicos, visto que seu funcionamento todos os sábados possibilita as pessoas a terem um espaço de produtos frescos perto de casa, além de escolherem e comprarem seus produtos sem intermediários. As informações apresentadas demonstraram que a FACF é reconhecida, também, pela facilidade de acesso a variedade e qualidade de produtos orgânicos.

No plano da institucionalização, um órgão da Prefeitura do Recife vem sendo o agente na organização espacial – tendo a disposição das bancas de vendas e dos caixotes com os produtos dispostos na feira - a fim de melhor atender a demanda por parte dos produtores e dos consumidores. Entretanto, no que diz respeito à dificuldade identificada na experiência, os entrevistados apontaram a existência de um comércio paralelo a FACF. A presença desta feira de produtos convencionais, a priori, não é um grande problema por parte dos produtores, quando ela não vende os mesmos produtos que são vendidos por eles. Já para os consumidores, ela confunde e descaracteriza a feira agroecológica. Porém, este cenário resultou em algo positivo quando o IPA junto as associações dos produtores da FACF reforçaram a fiscalização para reconhecer os produtores orgânicos e gerarem a OCS. Destaca-se ainda, que o esforço dos que frequentam a feira, assim como das instituições responsáveis, se mobilizam a fim de manterem a organização e funcionamento da feira.

Da construção dos vínculos e interações sociais

Um segundo conjunto de observações derivadas desta pesquisa diz respeito a formação dos vínculos e das interações sociais na FACF. Outro aspecto relevante da feira foi apontado em nossos estudos por sua capacidade de promover relações de sociabilidade. É sobre este

emaranhado de relações que caracterizam a feira, que as relações de confiança começam. Inicialmente, podemos identificá-la no contexto da comercialização, no momento da venda direta. A comercialização é facilitada, no caso dos produtores, pela existência das relações de solidariedade e de compartilhamento agrícola dentro e fora da feira; e por parte dos consumidores, a partir da lealdade e honestidade na compra do produto. No geral, as relações de reciprocidade que nascem ali, são baseadas na creditação, lealdade, honestidade, amizade, confiança, e antecedem a troca monetária. Isto porque, em muitas das situações observadas e analisadas a partir das entrevistas, à exemplo, do auxílio (solidariedade) que é prestado ao produtor da banca vizinha na falta de algum produto ou mesmo quando os consumidores estão convencidos da legitimidade (creditação) da mercadoria orgânica, reforçam o nascimento deste vínculo. Deste modo, a FAFAC também é construída e alicerçada pelos efeitos dessas redes interpessoais criadas, a partir da troca de informações sobre alimentação, saúde e qualidade de vida.

Das dimensões das “relações práticas” e das “relações afetivas”

Um terceiro conjunto de análises das entrevistas e das observações de campo, diz respeito a identificação de duas dimensões baseadas no eixo do *valor-confiança*: a “dimensão prática” e a “dimensão afetiva”. Foi de fundamental importância identificá-las para entender como se dava a formação de um *espaço de reciprocidade*. Como a evidência empírica tem demonstrado, esses elementos que as constituem fortalecem um círculo virtuoso entre elas, tornando-se relevantes para a manutenção dos laços sociais na FAFAC.

Assim, nesta experiência, manifesta-se a dimensão das relações práticas relacionadas ao estilo de vida, crença no produto orgânico e determinação legal, em que circulam valores e significados que nos levaram a entender quais eram as motivações e influências que impulsionavam os atores sociais irem a feira. No âmbito do estilo de vida, os aspectos da saúde, bem-estar e qualidade de vida, foram considerados importantes por atrair um público híbrido, e por este grupo de consumidores escolherem a FAFAC no lugar de mercados convencionais, ressaltando mais uma vez, o papel dessa rede. Os motivos constatados, tanto na literatura quanto na análise, sugerem existir, através desse aspecto uma proximidade com o alimento orgânico e o produtor. A crença no produto orgânico, com seu foco nas necessidades dos consumidores, e em modos de produção sustentáveis, compartilhamento da qualidade, variedade, sabor e estética do alimento, e valor ético portam a chave para a formação de um *espaço de*

reciprocidade na FAF. Estes elementos nutrem a relação de confiança não só com o produto, mas também com quem o produz.

Com a proximidade da feira paralela, o aspecto da determinação legal, mostra-se importante na FAF. A venda de produtos convencionais nestes espaços, por vezes é confundida na feira agroecológica, ou mesmo, acontece de alguns produtores levarem para ela. Isso inclusive foi o motivo que nos impulsionou a desenvolver esta pesquisa. A desconfiança também pode ser um aspecto presente nestes espaços. Neste caso, seria OCS a legitimação da confiança? A Organização de Controle Social é baseada em mecanismos de delação e construção da ética. Ela pode fortalecer as relações de confiança, não necessitando a fiscalização ou comprovação por meio das instituições governamentais responsáveis como o MAPA ou ADAGRO a fim de conferir credibilidade ao consumidor. Os estudos mostraram que a formação da OCS, incluem fatores que interferem de forma positiva e/ou negativa sua consolidação. Positiva, porque ela mostrou ser eficiente do ponto de vista de fortalecimento da agricultura familiar e do seu acesso aos mercados, e de uma agricultura diferenciada na transição agroecológica com maior autonomia, e eficiência produtiva. Negativa, porque a participação do consumidor neste processo, no nosso caso, é quase que inexistente.

Da formação da dimensão das “relações afetivas”

Consideramos que esta dimensão possibilitou identificar os elementos necessários para captar os motivos que justificam a formação de laços sociais, e as interações entre os atores sociais na FAF. Entre eles: os sentimentos de cooperação, amizade, solidariedade, memória, honestidade, lealdade, reciprocidade e confiança. cremos que tais aspectos reforçam o espaço relacional entre os produtores, que começam nos seus assentamentos e no espaço da associação, e chegam até a feira. Certamente, isso implica também em um esforço diário, visto que as divergências também acontecem e podem lesar os valores sedimentados. Como foi observado na fala de produtores, existe a necessidade da constante vigilância para que “ninguém comente um erro na produção, e use um produto que não pode usar”. Uma ação como esta pode criar uma atmosfera de desconfiança e falta de credibilidade. Entretanto, nesse cenário, cabe atentar para o papel que a associação, a nível de gestão e integração dos produtores, pode desempenhar na manutenção dos pactos formados entre esses atores. Pode contribuir - também para agregar valor cultural ao produto - para a ajuda mútua, compartilhamento de recursos, conhecimentos sobre a produção orgânica, e para o que Sabourin (2009) nomeou de “cooperação camponesa”.

O desenvolvimento das relações entre produtores e consumidores, como já apontado em nossas considerações, é articulado entre práticas de reciprocidade e práticas de troca. Tentamos elucidar as várias formas que estes vínculos se dão, e a principal que alicerça, é o tempo. O tempo proporciona os vínculos de amizade, observados no aperto de mão ou no abraço, e nas trocas de informações desde um ponto de vista particular ou sobre a produção. A confiança, mais uma vez, aparece como um vetor que direciona este vínculo, que mesmo ameaçado pela desconfiança de um produto “que pode estar estragado”, por exemplo, como verificado em nossas análises, a creditação é sustentada por ela. Esta última existe quando um lado acredita na outra parte. Estes valores sociais – principalmente a amizade e interconhecimento - estão vinculados aos alimentos produzidos, no nosso caso, no município de Pombos, assim como o modo de vida dos agricultores e as técnicas da produção orgânica. Deste modo, através da afetividade e memória, o *espaço de reciprocidade* formado na feira agroecológica de casa forte é edificado por um conjunto de sentimentos e interações valorizadas, ligadas através da infância, ou de um passado com o rural, e não por relações de oferta e demanda.

Finalmente, com as premissas acentuadas no início desta tese, é possível afirmar que o estudo nos evidenciou, que a Feira Agroecológica de Casa Forte se revela como *espaço de reciprocidade*, pois permite uma relação de maior proximidade entre os produtores e os consumidores, a qual não se reduz a mera troca mercantil do tipo dar-pagar. Ao mesmo tempo, a FAF é um instrumento que aponta para novas perspectivas na relação do rural no espaço urbano. As análises nos permitiram entender também que o *valor-confiança* é um aspecto construtor nas interações ocorridas no espaço da feira. As cadeias curtas (re)colocam a questão da confiança no eixo do debate alimentar, isto é, mesmo que os motivos e justificações para o consumo dos alimentos orgânicos variem, os valores compartilhados na feira condicionam a melhoria no processo de mediação e creditação nos alimentos, (re)valorizando assim, conhecimentos, significados e valores que são atribuídos a estes produtos. A abrangência da Teoria da Reciprocidade permitiu articular tanto os mecanismos comerciais que promovem a diversidade produtiva e a valorização local dos territórios onde é feita a produção agroalimentar, como também, evidenciou a proximidade entre seus atores sociais, e desta forma, gerando vínculos sociais mais amplos que os mercantis, fortalecendo relações e a construção de um *espaço de reciprocidade* FAF.

Para esta reflexão, foi possível observar que há uma interação entre os grupos que ultrapassa o espaço físico e a relação econômica. Em suma, tornado evidente o importante peso

da FAFV enquanto uma rede alimentar capaz de estabelecer transações entre os diferentes atores sociais, englobando elementos que são utilizados para justificar suas práticas de produção e de consumo, assim como, para construção de relações de confiança. Embora, como também constatado, uma participação mais ativa dos consumidores na iniciativa, em termos de acompanhamento da produção e visitas aos assentamentos por exemplo, é determinante para fortalecer ainda mais a FAFV.

Dito isso, nossos estudos apontaram para a importância da FAFV como instrumento para o fortalecimento da agricultura familiar, e como um canal importante para comercialização e acesso a alimentos de qualidade para os consumidores. Compreender as feiras agroecológicas como mercados de estruturas sociais, como espaços de criação de laços sociais, mas do que um lugar de simples troca, contribui para compreender as oportunidades e desafios deste espaço. Por conseguinte, as questões aqui abordadas são muito instigantes, e por isso, espera-se que amplie as perspectivas teóricas sobre os temas tratados, e provoque novas análises e discussões sobre as feiras agroecológicas no Brasil e no Nordeste, apresentando novas experiências similares. Sobretudo, que esta pesquisa seja um instrumento de mudança e de contribuição para a sociedade.

REFERÊNCIAS

- ABRAMOVAY, Ricardo. **Paradigma do Capitalismo agrário em questão**. Campinas, SP: Hucitec, 2. Ed., 2. 1998. Coleção Estudos Rurais.
- AGENCE BIO. **Baromètre 2018 de consommation et de perception des produits biologiques en France**, JANVIER, 2019.
- ALMEIDA, S.G. Economia familiar: modo de produção e modo de vida. **Revista Agriculturas**. v.2, nº 3, outubro, 2005.
- ALTIERI, M.A. Applying agroecology to enhance productivity of peasant farming systems **In. Latin America. Environment, Development and Sustainability**, 1, 197–217, 1999.
- ALTIERE, Miguel A. Breve reseña sobre los orígenes y evolución de la agroecología en américa latina. In: *Historia de la Agroecología en América Latina y España*, 2017.
- ALTIERI, M. A. NICHOLLS, C.I.; HENAO, A. Agroecología y el diseño de sistemas agrícolas resilientes al cambio climático. **Revista Agroecología**, v 10, 7-31, 2015.
- APARICIO, S.; BENENCIA, R.; Introdução. **Nuevas formas de contratación en el trabajo agrario**. Org: Aparicio, S.; Benencia, R. 1ed. Ciudad Autonoma de Buenos Aires: Fundación CICCUS, 2014.
- AQUINO, Adriana Maria de; ASSIS, Renato Linhares de. **Agroecologia: princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável**. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2005.
- ARAÚJO, Tarcísio Patrício. **Feiras agroecológicas: institucionalidade, organização e importância para a composição da renda do agricultor familiar**. Fortaleza: Instituto de Desenvolvimento do Trabalho: Núcleo de Economia Solidária da Universidade Federal de Pernambuco, 2015.
- BECKER, C.; ANDERSSON, F.S.; MEDEIROS, P.M. Inovação e controle social na produção e comercialização de alimentos ecológicos: institucionalizando a confiança? *Revista Agriculturas: experiências em agroecologia*. **Leisa Brasil**, vol. 10, n 2, jun, 2013.
- BEDUSCHI, L.C.F.; Tendências e perspectivas dos programas de segurança alimentar e nutricional nos territórios rurais da américa latina: reflexões a partir da sistematização de projetos e políticas públicas. **Revista Unioeste**, v.14, nº 19 – jan/jun, 2012.
- BELLETTI, Giovani. MARESCOTTI, Andrea. Inovações econômicas em cadeias curtas de abastecimento alimentar. In. **Cadeias Curtas agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Org. Marcio Gazolla e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.
- BENTHAM, J. **Na Introduction to the Principles of Morals and Legislation**. Oxford: Clarendon Press, 1907.

BLACKWELL, R. D.; MINIARD, P. W.; ENGEL, J. F. **Comportamento do consumidor**. 9. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2009.

BONNANO, Alessandro. **Globalização da economia e da sociedade: Fordismo e pós-Fordismo no setor agroalimentar**. In: CAVALCANTI, J. S. B. (Org.) Globalização, trabalho, meio ambiente: mudanças socioeconômicas em regiões frutícolas para exportação. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 1999.

BOUDON, Raymond. **Dicionário de Sociologia**. Tradução de António J. Pinto Ribeiro publicações: Dom Quixote, Lisboa, 1990.

BOURDIEU, Pierre. **Razões Práticas: Sobre a Teoria da Ação**. Ed. Papirus, 2011.

BRANDENBURG, Alfio; LAMINE, Claire; DAROLT, Moacir. Institucionalização do movimento ecológico na agricultura: mercado e reorganização dos atores sociais. **Estud. Soc. e Agric.**, Rio de Janeiro, vol 21, nº2, 2013.

BRASIL. Decreto nº 6.323, de 29 de novembro de 2007. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Legislação para sistemas orgânicos de produção animal e vegetal. LEI Nº 10.831**, Brasília: Mapa/ACS, 2012.

BRASIL. **LEI Nº 10.831**. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Legislação para sistemas orgânicos de produção animal e vegetal**. Brasília: Mapa/ACS, 2009.

BRASIL. Companhia Nacional de Abastecimento. **Compêndio de Estudos Conab / Companhia Nacional de Abastecimento**. – v. 1 - Brasília: Conab, 2016.

BRASIL. nº 46.857, de 7 de dezembro de 2018, que dispõe sobre Comissão Estadual Agroecológica e de Produção Orgânica do Estado de Pernambuco. **Diário Oficial do Estado de Pernambuco/DOE-PE**, ANO XCV – Nº232, 2018. Acesso em: 10 set, 2019.

BRASIL. lei nº 16.320, de 26 de março de 2018, que dispõe sobre a regulamentação das feiras de produtos orgânicos e ou agroecológicos no Estado de Pernambuco e dá outras providências, 2018.

BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, LEI nº 10.831, 2003. <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/organicos/legislacao/portugues/lei-no-10-831-de-23-de-dezembro-de-2003.pdf/view> Acesso: Janeiro, 2017.

BRUNORI, G. Local food and alternative food networks: a communication perspective. **In. Anthropology of food**, S2, Mars 2007.

BRUMER, Anita. PIÑERO, Diego. (et al). **Agricultura Latino-americana: novos arranjos e velhas questões**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2005.

BUAINAIN, A.M.; BATALHA, M.O. **Série agronegócios: cadeia produtiva de carne bonia**. IICA, MAPA/SPA, 2007.

- CAILLÉ, Alain. *Anthropologie du don: le tiers paradigme*, Desclée de Brouwer, Paris, 2000.
- CAILLÉ, Alain. O princípio de razão, o utilitarismo e o antiutilitarismo. **In. A Demissão dos Intelectuais: a crise das Ciências Sociais e o Esquecimento do Factor Político**. Instituto Piaget: Lisboa, 2001.
- CAILLÉ, Alain. **Antropologia do Dom -o Terceiro Paradigma**. Editora Vozes, 2002.
- CAILLÉ, Alain. Dádiva. **In. Cattani, Antonio et al. Dicionário internacional da outra economia**. Coimbra: Almedina, 2009.
- CAILLÉ, Alain. Antiutilitarismo. **In. CATTANI, Antonio et al. Dicionário internacional da outra economia**. Coimbra: Almedina, p. 16-20.
- CAILLÉ, Alain. Por una sociología antiutilitarista. **Revista Sociológica**, n. 86, año 30, septiembre-diciembre, 2015.
- CANAL RURAL. **Homepage**. Disponível em: <https://www.canalrural.com.br/> Acesso em 02 de fevereiro de 2021
- CANDIDO, Antonio. **Os parceiros do Rio Bonito: estudo sobre o caipira paulista e a transformação dos seus meios de vida**. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2011.
- CAPORAL, F. R. **Agroecologia: uma nova ciência para apoiar a transição a agriculturas mais sustentáveis**. Brasília: 2009.
- CARNEIRO, M. J. Ruralidade: novas identidades em construção. **Estudos, Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n. 11, p. 53-75, out. 1998.
- CARNEIRO, Maria José. **Camponeses, Agricultores e Pluriatividade**. Rio de Janeiro. Estudos Sociedades e Agricultura, outubro, 1998.
- CARROLL, C. R.; VANDERMEER, J. H.; ROSSET, P. M. (Ed.). **Agroecology**. New York: McGraw-Hill, 1990.
- CARTA CAPITAL. **Leia as últimas notícias sobre queimadas na Amazônia**. Disponível em: <https://www.cartacapital.com.br/tag/queimadas-na-amazonia/> Acesso em: 02 de janeiro de 2021.
- CASSOL, Abel., SCHNEIDER, Sergio. Produção e Consumo de Alimentos: Novas Redes e Atores. **In: Lua Nova**, São Paulo, n. 95, 143-177, 2015.
- CASSOL, Abel., SCHNEIDER, Sergio. Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores e qualidade na Feira do Pequeno Produtor de Passo Fundo/RS. **In. Cadeias Curtas agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Org. Marcio Gazolla e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.
- CASTAÑEDA, Marcelo. A emergência dos alimentos orgânicos: relações com as tendências da alimentação contemporânea. **Encontro Nacional de Estudos do Consumo. I Encontro**

Luso-Brasileiro do consumo: Tendências e ideologias do consumo no mundo contemporâneo, Rio de Janeiro, 2010.

CAZELLA, Ademir A.; BONNAL, Philippe.; MALUF, Renato S. Multifuncionalidade da Agricultura Familiar no Brasil e o Enfoque da Pesquisa. [Org] CAZELLA, Ademir A.; BONNAL, Philippe.; MALUF, Renato S. In: **Agricultura familiar: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009

CEUTA. **Programas/Componentes – Agroecología**. Disponível em: <https://www.ceuta.org.uy/programa/agroecologia> Acesso em 02 de fevereiro de 2021.

CHAYANOV, A.V. La organización de unidad económica campesina. Buenos Aires: Nueva Vision, 1974. In. **O mundo rural como um espaço de vida: reflexões sobre propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade**. WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

CHIFFOLEAU, Y. Les circuits courts de commercialisation en agriculture: diversité et enjeux pour le développement durable. In. Gilles Maréchal (Coordinateur), **Les circuits courts alimentaires: bien manger dans les territoires**. Dijon, FRA: Educagri Editions, p. 21 – 30, 2008.

CHONCHOL, J. **A soberania alimentar**. Estudos avançados, v. 19, 2005.

COSCIONE, Marco. **La CLAC y La defensa del pequeño productor**. Santo Domingo: Fundación Global Democracia y Desarrollo – FUNGLODE, 2012.

COSTABEBER, J. A.; MOYANO, E. E. Transição agroecológica e ação social coletiva. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, v. 1, n. 4, p. 5060, 2000.

COSTABEBER, J. A. **Acción colectiva y procesos de transición agroecológica en Rio Grande do Sul, Brasil**. Tesis (Doctorado en Agroecología, Campesinado e Historia). Instituto de Sociología y Estudios Campesinos. Universidad de Córdoba (España), 1998.

COSTA GOMES, J. C.; BORBA, M. **Limites e possibilidades da Agroecologia como base para sociedades sustentáveis**. Ciência & Ambiente 29. Julho/Dezembro de 2004.

COSTA, Manoel B. da. **Agroecologia no Brasil: história, princípios e práticas**. 1ed. São Paulo: Expressão Popular, 2017.

CRAVIOTTI, Clara. **La agricultura familiar en Argentina: Nuevos desarrollos institucionales, viejas tendencias estructurales**. Editorial CICCUS, Buenos Aires, 2014, pags. 175-204.

DALL'AGNOL, C. M.; TRENCH, M. H. Grupos Focais como Estratégia Metodológica em Pesquisas na Enfermagem. **R. Gaúcha Enferm.**, Porto Alegre, v.20, n.1, p.5-25, jan. 1999.
DAROLT, M.R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A.; A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Revista Agriculturas: experiências em agroecologia**, v.10, n.2, 2013.

DAROLT, M.R. CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS: RECONNECTANDO PRODUTORES E CONSUMIDORES. In: **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura** / Org. Paulo André Niederle, Luciano de Almeida, Fabiane Machado Vezzani. Curitiba : Kairós, 2013.

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. Introdução: A Disciplina e a Prática da Pesquisa Qualitativa. In: _____. **O Planejamento da Pesquisa Qualitativa**. 2 ed. Porto Alegre: Artmed Bookman, p. 15-41, 2006.

DIAS, Joana Filipa Dias Vilão da Rocha. **A Construção institucional da qualidade em produtos tradicionais**. Dissertação apresentada para a obtenção do grau de Magister Scientiae em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade: UFRRJ: 2005.

DIAS, V.V.; RÉVILLION, J.P.; TALAMINI, E.; Cadeias Curtas de alimentos orgânicos: aspectos das relações de proximidade entre consumidores e agricultores no Brasil. In: **Cadeias Curtas agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Org. Marcio Gazolla e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

ELDIS. **Consortio Latinoamericano sobre Agroecología y Desarrollo (CLADES)**. Disponível em: <https://eldis.org/organisation/A6667> Acesso em: 02 de fevereiro de 2021.

ESTEVE, E. V. **O negócio da comida: quem controla nossa alimentação?** 1 ed. São Paulo: Expressão Popular, 2017. 269 p

FANTUZZI, Davi. A importância das feiras agroecológicas para as cidades. **Revista Carta Maior**, 2016.

FEIRAS ORGÂNICAS. **Onde encontrar comida de verdade durante a pandemia do coronavírus?**. Disponível em: <https://feirasorganicas.org.br/comidadeverdade> Acesso em: 02 de fevereiro de 2021

FERRARI, Dilvan. **Cadeias agroalimentares curtas: a construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina**. Porto Alegre, 2011.

FRIEDMANN, H.;MCMICHAEL, P. Agriculture and State System. **Sociologia Ruralis**, v.29, n.2, p.93-117. 1989.

FRÉGUIN-GRESH. S. Agroecología y Agricultura Orgánica en Nicaragua. Génesis, institucionalización y desafíos. In: **Políticas Públicas a favor de la agroecología en América Latina y El Caribe**. Org: Sabourin [et al], Porto Alegre: Evangraf/ Criação Humana, Red PP-AL: FAO, 2017.

GAIGER, Luiz Inácio Germany. **A descoberta dos vínculos sociais: os fundamentos da solidariedade**. São Leopoldo: Ed UNISINOS, 2016.

GARCEZ, Eliane Fioravante. Weber, Schutz e a busca de “sentido” na ação social: Uma Análise Comparativa. **Em Tese**, Florianópolis, v. 11, n. 1, jan./jun., 2014.

GAZOLLA, Marcio. Cadeias Curtas Agroalimentares na indústria familiar: dinâmicas e atores sociais envolvidos. In. **Cadeias Curtas agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Org. Marcio Gazolla e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

GARCIA, M-F.P. Representações científicas e práticas mercantis camponesas. **Revista Raízes**. Vol.21, nº 02, jul -dez, 2002.

GHOSH-DASTIDAR, B. et al. Distance to store, food prices, and obesity in urban food deserts. **American Journal of Preventive Medicine**, v.12, n.1, 2005.

GLIESSMAN, S.R. **Agroecology: researching the ecological basis for sustainable agricultura**. New York: Springer Verlag, 1990.

GLIESSMAN, S.R.; ROSADO-MAY, F.J.; GUADARRAMA-ZUGASTI, C.; JEDLICKA, J.; COHN, A.; MENDEZ, V.E.; COHEN, R.; TRUJILLO, L.; BACON, C.; JAFFE, R. **Agroecología: promoviendo una transacción hacia la sostenibilidad**. Revista Ecosistemas 16: 13-23. Enero, 2007.

GÓMEZ, Perazzoli A. 1998. Desarrollo de la agricultura ecológica en Uruguay. CEUTA. Curso de Agricultura Orgánica. Programa de Producción Orgánica.

GOODMAN, D.; DuPUIS, M.E. Knowing food and growing food: beyond the production-consumption debate in the sociology of agricultura. In. **Sociologia Ruralis**, 42, 2002.

HECHT, S.B. The evolution of agroecological thought. In: **ALTIERI, M.A. (Ed). Agroecology: the scientific basis of alternative agricultura**. Boulder, CO, USA: Westview, 1987.

HECHT, S. B. **La evolución del pensamiento agroecológico**. In: Altieri, M. A. Agroecología – Bases científicas para una agricultura sustentable. Montevideo: Editorial Nordan-Comunidad. 1999.

IAASTD. **Reports from the International Assessment of Agricultural Knowledge, Science and Technology for Development**, 2008. Disponível em [http://www. agassessment.org/](http://www.agassessment.org/).

IDEC. Rota dos Orgânicos. **Revista do IDEC**, São Paulo: IDEC, n. 162, p. 20-23, fev. 2012.

IKEDA, A.A.; VELUDO -DE- OLIVEIRA, T.M.V. **O conceito de valor para o cliente: definições e implicações gerenciais em marketing**. REAd - Revista Eletrônica de Administração, vol. 11, núm. 2, pp. 1-22. Porto Alegre, 2005.

INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS. **Homepage**. Disponível em: <http://www.inpe.br/> Acesso em 02 de fevereiro de 2021.

JESUS, Eli Lino de. Diferentes Abordagens de Agricultura Não-convencional: história e filosofia. **In: Agroecologia: princípios e técnicas para uma agricultura orgânica sustentável.** Editores técnicos, Adriana Maria de Aquino, Renato Linhares de Assis. – Brasília, DF: Embrapa, 2005.

KAGEYAMA, Angela. Desenvolvimento Rural: Conceito e Medida. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 21, n. 3, p. 379-408, set./dez, 2004.

KAY, C. Los paradigmas del desarrollo rural en América Latina. **En: El mundo rural en la era de la globalización: incertidumbres y potencialidades: X Coloquio de Geografía Rural de España de la Asociación de Geógrafos Españoles**, 2001.

KLUTH, B.; BOCCHI JR., U.; CENSKOWSKY, U. **Pesquisa sobre o comportamento e a percepção do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil – 2010.** München: Organic Services/ Jundiaí: Vitalfood, 38 p, 2010.

KUHN, Thomas. Lógica da descoberta ou psicologia da pesquisa? **In: Lakatos, i. & Musgrave, A.** (Orgs.). A crítica e o desenvolvimento do conhecimento. Pp. 5-62, São Paulo: Cultrix/Edusp.

LAVILLE, Jean-Louis. **Economía Social y Solidaria: una visión europea.** Buenos Aires: Altamira, 2004.

LA VIA CAMPESINA. **Capitalism and free trade.** Disponível em: <https://viacampesina.org/en/what-are-we-fighting-against/capitalism-and-free-trade/> Acesso em 02 de fevereiro de 2021.

LE COQ, J-F; SACHET, E. VASQUEZ, L. SCHMITT, C. SABOURIN, E. Conceptos de agroecología y marco analítico. **In: Políticas Públicas a favor de la agroecología en América Latina y El Caribe.** Org: Sabourin [et al], Porto Alegre: Evangraf/ Criação Humana, Red PP-AL: FAO, 2017.

LEITÃO, Débora Krischke; LIMA, Diana Nogueira de Oliveira; MACHADO, Rosana Pinehiro. **Antropologia e consumo: diálogos entre Brasil e Argentina.** Porto Alegre: AGE, 2006.

LEVKOE, C. Learning democracy through food justice movements. **Agriculture and Human Values**, v. 23, p. 89-98, 2006.

LIPS, G.G; BRUIL, J.; RENTING, H. Produtores e consumidores construindo novas práticas alimentares. **Revista Agriculturas: experiências em agroecologia**, vol.12, n.2, jun, 2015.

MALINOWSKI, B.K. **Argonautas do Pacífico Ocidental: um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné melanésia.** Traduções de Anton P. Carr e Lígia Aparecida Cardieri Mendonça: 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MALUF, Renato S. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais.** Ensaio FEE, Porto Alegre, v.25, n.1, abril, 2004.

MALUF, Renato S. **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**. Org. Nierdele, P. A.; Almeida, L. de; Vezzani, F.M. Curitiba: Kairós, 2013.

MARTINS, Heloisa Helena T. de Souza. Qualitative research methodology. **Educação e Pesquisa**, São Paulo, v.30, n.2, p. 287-298, maio/ago., 2004.

MARTINS, Paulo Henrique. A dádiva como sentimento e prática: desafios do agir amoroso no mundo da vida e dos sistemas. **Revista Realis**, v.6, n.01, jan-jul., 2016.

MARTINS, Paulo Henrique. **Itinerários do dom: teorias e sentimentos**. 1 ed. Rio de Janeiro: Ateliê de Humanidades, 2019. 305 p.

MEDAETS, J. P. e FONSECA, M. F. A. C. **Produção Orgânica: Regulamentação Nacional e Internacional**. Brasília, MDA, 104p. (Estudos NEAD), 2005.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a Dádiva**. Ed. Cosac Naify, 2013.

MCMICHAEL, Ph. **Una genealogía del régimen alimentario**. 2009, pp 139-169.

MCMICHAEL, Philip. **Regimes Alimentares e questões agrárias**. 1 ed. São Paulo; Porto Alegre: Editora Unesp; Editora da UFRGS, 2016.

MEDAETS J.P.; MEDEIROS J.X. A Ação coletiva no controle de qualidade da produção orgânica familiar: Análise comparativa entre a certificação por auditoria externa e a certificação participativa em rede. In. **XLII Congresso da SOBER**, 2004.

MEDAETS, Jean Pierre & Fonseca, Maria Fernanda de A. C. **Produção orgânica: regulamentação nacional e internacional**. Brasília: Ministério de Desenvolvimento Agrário: NEAD. 104p, 2005.

MEIRELLES, L. **Producto orgánico o Producto ecológico?** Centro Ecológico, Brasil, 2000.

MELO, S.P. **Trajetórias de proximidade, redes e feiras: as práticas de agricultores familiares feirantes em Água Branca e Delmiro Gouveia, Alagoas**. 2012. Tese (Doutorado em Sociologia) - Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco, PPGS, Recife.

MENEZES, Maria Aparecida de Socorro. A Reciprocidade e a economia moral: repensando o campesinato. In: MARTINS. P.H. & CAMPOS B.C., **Polifonia do Dom**, Recife: Ed. UFPE, 2006.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO. Secretária de Desenvolvimento Territorial, 2009. <http://www.mda.gov.br>. Acesso: setembro de 2012.

NASCIMENTO, N.; MANÇANO, L. Fotorjornalista argentino retrata percurso da morte por agrotóxicos: Casos de malformação e aborto espontâneo aumentaram desde a chegada do glifosato na agricultura argentina. **Jornal Brasil de Fato**, 23 out, 2018.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **Homepage**. Disponível em: <https://brasil.un.org/> Acesso em 02 de fevereiro de 2021.

NIEDERLE, Paulo André. Demilitando as fronteiras entre mercados convencionais e alternativos para a agricultura familiar. In: **Revista Extensão Rural**, DEAER/PPGExR – CCR – UFSM, Ano XVI, nº 18, Jul – Dez de 2009.

NIERDELE, Paulo André; ALMEIDA, Luciano de. A Nova Arquitetura Dos Mercados Para Produtos Orgânicos: O Debate Da Convencionalização. In: **Agroecologia: Práticas, mercados e política para uma nova agricultura**. Org. Cutiritiba: Kairos, 2013.

NIERDELE, P.A. Os agricultores ecologistas nos mercados de alimentos orgânicos: contramovimentos e novos circuitos curtos de comércio. **Sustentabilidade em Debate**, n. 5, 2014.

NIERDELE, Paulo André; MARQUES, Flávia Charão Marques. Produção Agroecológica de alimentos e mudanças institucionais: implicações para a construção de novos mercados. In: **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Org. Flávia Charão Marques, Marcelo Antônio Conterato e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. 416 p.

NIERDELE, Paulo André; WESZ JUNIOR, Valdemar João. **As novas ordens alimentares**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018.

ROSSI, A.; BRUNORI, G.; As cadeias curtas de abastecimento na inovação dos Grupos de Aquisições (GAS): a construção social das práticas (alimentares) sustentáveis. In: **Cadeias Curtas agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Org. Marcio Gazolla e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

OLIVEIRA, Manuella C.C. de. **Centrais de Cooperativas Agrícolas e Desenvolvimento Local: a experiência da Central de Cooperativas Apícolas do Seminário Brasileiro – Casa APIS. 2014**. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) – Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local, UFRPE, Recife.

OLSON, Mancur. **The logic of collective action: public goods and the theory of groups**. Cambridge: Harvard University Press, 1965. 186 p.

OTERO, Gerardo; PECHLANER, Gabriela. **The Third Food Regime: Neoliberal Globalism and Agricultural Biotechnology in North America**. Sociologia Ruralis, vol 48, number 4, october, 2008.

OXFAM. **Make Trade Fair in the Americas Agriculture, investment and intelectual property: Three reasons to say no the FTAA**, Oxfam International, Reino Unido, 2003.

PADILLA, C.R. **Crisis, seguridad y soberanía alimentaria en América Latina y Bolivia : de las causas y efectos a las políticas públicas**. Cochabamba, IESE-UMSS, 2012.

PETERSEN, P. Agroecologia e a superação do paradigma da modernização. In: **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**/ organizadores Paulo André Niederle, Luciano de Almeida, Fabiane Machado Vezzani. Curitiba: Kairós, 2013.

PICOLOTTO, E.L. Novos movimentos sociais econômicos: economia solidária e comércio justo. **Outra Economía**, v.2, 2008.

PIMENTEL, Maraño Boris. CÓRDOVA, Dania López. Una propuesta teórico-metodológica crítica para el análisis de las experiencias populares colectivas de trabajo e ingresos. Hacia una alternativa societal basada em la reciprocidade. In: **La economia solidaria em México**. Coordinador: Boris Maraño Pimentel. UNAM, Instituto de Investigaciones Económicas, 2013.

PIRES, Maria Luiza Lins e Silva. **O Cooperativismo em questão: a trama das relações entre projeto e prática em cooperativas do Nordeste do Brasil e Leste (Quebec do Canadá)**. Recife: Massangana, 2004.

PIZZAIA, L.G.E. et al. **Organização de controle social no mercado de orgânicos: um estudo de caso**.

PLOEG, Jan Dowe van der et al. Rural development: from practices and policies towards theory. **Sociologia Ruralis**, v. 40, n. 4, p. 391-408, Oct. 2000.

PLOEG, Jan Dowwe Van der. **Camponeses e Impérios Alimentares: Lutas por autonomia e sustentabilidade na era da Globalização**, 2008.

PLOEG, J.D.van der.; JINGZHONG, Y.; SCHNEIDER, S. Rural development through the construction of new, nested, markets: comparative perspectives from China, Brasil and European Union. **Journal of Peasant Studies**, v.39, 2012.

POLANYI, KARL. The Economy as Instituted Process. In: **The Sociology of Economic Life**, 1957.

POLANYI, KARL. **A grande transformação. As origens da nossa época**. 2 ed. Rio de Janeiro: campus, 2000 [1944].

PRADO, B.A. Novas Conexões entre o rural e o urbano. In. **Revista Agriculturas: experiências em agroecologias**. Vol. 12, n2, jun, 2015.

RADOMSKY, Guilherme Francisco Waterloo. Práticas de certificação participativa na agricultura agroecológica: rede, selos e processos de inovação. In: **Revista Ideias – Interfaces em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade**, Rio de Janeiro, v.3, n.1, p. 133 – 164, jan/jun. 2009.

RADOMSKY, G. **Problemas e tensões entre as noções de produção, propriedade intelectual e cultura**. **Horizontes Antropológicos**. 2012.

RAUPP, André Kuhn. Transformações no Sistema Agroalimentar: novas e velhas possibilidades para a agricultura familiar. **4º Encontro da Rede de Estudos Rurais**, julho, 2010.

RENNER, Tegan. Sistemas Participativos de Garantia possibilitam certificação alternativa. In: **Revista Agriculturas: experiências em agroecologia**.v.5, nº 2, jun., 2008.

REQUIER-DESJARDINS, Denis. La montée de la classe moyenne dans les pays d'Amérique Latine: quel impact sur l'innovation agro-alimentaire et territoriale ?. In: **Revue Orda L'odinaire des Amériques**, 2016.

RENTING, H.; MARSDEN T.; BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. **In. Environment and planning A**, v.35, n.3, 2003.

RENTING, H.; MARSDEN T.; BANKS, J. Compreendendo as redes alimentares alternativas: o papel de cadeias curtas de abastecimento de alimentos no desenvolvimento rural. In. **Cadeias Curtas agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Org. Marcio Gazolla e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social -Métodos e Técnicas**. Ed. Atlas; Ed. 3, 2012.

ROKEACH, M. et al. **The nature of human values**. New York: Free press, 1973.

ROSSI, Adanella; BRUNORI, Gianluca. As cadeias curtas de abastecimento na inovação dos Grupos de Aquisições Solidárias (GAS): a construção social das práticas (alimentares) sustentáveis. In. **Cadeias Curtas agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Org. Marcio Gazolla e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

ROVER, José; LAMPA, Felipe Martins. Rede Ecológica de Agroecologia: articulando trocas mercantis com mecanismos de reciprocidade. **Revista Agriculturas**, v. 10, nº. 2; junho, 2013.

ORTIZ, Renato (Org.). **Pierre Bourdieu: Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983.

QUIJANO, Aníbal. Os fantasmas da América Latina. IN: NOVAES, Adauto. (Org.) **Oito visões da América Latina**. São Paulo, SENAC, p. 49-85, 2006.

SABOURIN, Eric. Marcel Mauss: Dádiva à questão da Reciprocidade. **Revista Brasileira de Ciência Sociais**. v. 23, nº66; fev, 2008.

SABOURIN, Eric. **Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SABOURIN, Eric. Mundo Rural, políticas públicas, instituições e atores em reconhecimento político. **IV Encontro da Rede de Estudos Rurais**, 2010.

SABOURIN, Eric. **Sociedades e organizações camponesas: uma leitura através da reciprocidade**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011.

SABOURIN, Eric. Os mecanismos de qualificação e certificação como interfaces entre reciprocidade e troca mercantil. In: **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre, 2013.

SANTOS, I.G.; PERAZZOLLI, A.G. **Agroecología en Uruguay**. Revista Agroecología, V. 10, 2015.

SANTOS, Paula R.M. dos.; ARAÚJO, Laura Filomena Santos de.; BELLATO, Roseney. **O campo de observação em pesquisa sobre a experiência familiar de cuidado**. Esc Anna Nery, 2016. 20 (3). Universidade Federal de Mato Grosso.

SCHMITZ, Heribert; MOTA, Dalva Maria da; SOUSA, Glaucia Macedo. Reciprocidade e ação coletiva entre agricultores familiares no Pará. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 12, n. 1, p. 201-220, jan.-abr. 2017.

SCHNEIDER, Sérgio. Mercados e Agricultura Familiar. In: **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Org. Flávia Charão Marques, Marcelo Antônio Conterato e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016. 416 p.
SCHNEIDER, Sérgio; GAZOLLA, Marcio. Cadeias Curtas e redes agroalimentares alternativas. In. **Cadeias Curtas agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Org. Marcio Gazolla e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

SCHMITT, C.; NIERDELE, P. ÁVILA. M.; SABOURIN, E.; PERTESSEN. P.; SILVEIRA, L.; ASSI, W. PALM, J.; FERNANDES, G.B. La experiencia brasileña de construcción de políticas públicas em favor de la Agroecología. In: **Políticas Públicas a favor de la agroecología en América Latina y El Caribe**. Org: Sabourin [et al], Porto Alegre: Evangraf/ Criação Humana, Red PP-AL: FAO, 2017.

SCHMITZ, Heribert; MOTA, Dalva Maria da; SOUSA, Glaucia Macedo. Reciprocidade e ação coletiva entre agricultores familiares no Pará. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas**, v. 12, n. 1, p. 201-220, jan.-abr. 2017.

SCHÜTZ, Alfred. **Fenomenologia e Relações sociais**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

SECRETARIA NACIONAL DE ECONOMIA SOLIDÁRIA. **Atlas da Economia Solidária no Brasil 2005**. Brasília: MTE, 2006.

SILVA, Clecio Azevedo da Silva. La configuración de los circuitos de proximidad em el sistema alimentario: tendencias evolutivas. **Doc. Anal. Geogr.** 54. Santa Catarina, 2009.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade**. Tradução Pedro Caldas. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

SOSA, Braulio Machín; JAIME, Adilén María Roque; LOZANO, Dana Rocío Ávila. Revolución agroecológica: el Movimiento de Campesino a Campesino de la ANAP en Cuba. **Asociación Nacional de Agricultores Pequeños y La Vía Campesina**, 2010.

STOREL JÚNIOR, A.O. **Os Regimes Alimentares da humanidade e suas transformações: origens e desenvolvimento do mercado de açúcar.** Anais do V Congresso Brasileiro de História Econômica e 6ª Conferência Internacional de História das Empresas [Anais do 5º Congresso Brasileiro de História Econômica e da 6ª Conferência Internacional de História de Negócios] da ABPHE - Associação Brasileira de Pesquisadores em História Econômica), 2007.

SUASSUNA, Rodrigo Figueredo. Confiança e reciprocidade entre policiais e cidadãos: a polícia democrática nas interações. **Revista Sociedade e Estado**, 1 de agosto 2013. Vol. 28(2), pp.463-464.

SUBIRATS, Eduardo. Declaració de ciutat de Mèxic. **Astrolabio: revista internacional de filosofia**, Núm. 2, p. 20-23, 2006. Disponível em: <https://www.raco.cat/index.php/Astrolabio/article/view/197487> [Consulta: 29-10-2019].

TEMPLE, Dominique. L'économie humaine, La revue du MAUSS n°10, p103-109 **Guerre et paix entre les sciences**, Paris, La Découverte, 2º semestre, 1997

TEMPLE, Dominique. **Teoría de la Reciprocidad**. La Paz: PADEP/GTZ, 2003.

TEMPLE, D. Las estructuras elementales de la reciprocidad. In. **Las estructuras elementales de la reciprocidade: jalones para una economia cualitativa en el tecer milênio**. Dominique Temple; Félix layme; Jacqueline Michaux; Martha Gonzales y Edmundo blanco. Plural editores, 2003.

TONACA, L. D.S.; RAMÍREZ, C.A.D.; GRÜEBLER, C.J.K. Cadeias Curtas: experiências e oportunidades no Chile e em outros países da América Latina. In. **Cadeias Curtas agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Org. Marcio Gazolla e Sergio Schneider. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

TOLEDO, V.M. **La Revolución Agroecológica en Latinoamérica**. The Journal of Peasant Studies Vol. 38, No. 3, July 2011, 587–612

TOLETO, V.M. **La Agroecologia en Latinoamérica: tres revoluciones, una misma transformación**. Revista Agroecologia 6: 37 – 46, 2012.

VAINSENER, Semira Adler. **Praça de Casa Forte**. Pesquisa Escolar Online, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. Disponível em: <<http://basilio.fundaj.gov.br/>>. Acesso em: 19 dez, 2019.

VENTURA, M. M. **O estudo de caso como modalidade de pesquisa**. Revista SOCERJ: Rio de Janeiro, 2007.

VENTURINI, R.B.; UGÓN, F.Q.A. **Agricultura agroecológica – orgánica en el Uruguay: principales conceptos, situación actual y desafíos**, RAP-AL Uruguay, 2007.

VINUTO, Juliana. A Amostragem Em Bola de Neve na Pesquisa Qualitativa: Um Debate em Aberto. **Revista Temáticas**, Campinas, 22, (44): 203-220, ago/dez. 2014.

WANDERLEY, Maria N. **Raízes históricas do campesinato brasileiro**. XX Encontro Anual da ANPOCS. Caxambu/MG, 1996.

WANDERLEY, N. Territorialidade e ruralidade no Nordeste: por um pacto social e pelo desenvolvimento rural. In: SABOURIN, E.; TEXEIRA, O. (orgs.) **Planejamento e desenvolvimento dos territórios rurais: conceitos, controvérsias e experiências**. Brasília: EMBRAPA Informação Tecnológica, p. 41-52, 2002.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. **O mundo rural como um espaço de vida: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. O mundo rural no Brasil: acesso a bens e serviços e processos de integração. In: _____. Brasil. Ministério do Desenvolvimento Agrário. Conselho Nacional de Desenvolvimento rural Sustentável. **Brasil Rural em Debate: coletânea de artigos/coord. de Nelson Giordano Delgado**. Brasília: CONDRAF/MDA, 2010. p.79-100.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. **Juventude Rural: vida no campo e projetos para o futuro**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2013.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. **A sociologia rural na América Latina: produção de conhecimento e compromisso com a sociedade**. Associação Latina Americana de Sociologia Rural (ALASRU), 2014.

WEZEL, A.; SOLDAT, V.; A quantitative and qualitative historical analysis of the scientific discipline of agroecology. **International Journal of Agricultural Sustainability**. 7: 3-18, 2009.

WILKINS, J. Eating Right Here: Moving from Consumer to Food Citizen. **Agriculture and Human Values**, v. 22, n. 3, p. 269-273, 2005.

WILKINSON, John. **Mercados, Redes e Valores: o novo mundo da agricultura familiar**. Porto Alegre: Ed da UFRGS: Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, 2008.

ZALUAR, Alba. **Confiança e memória: antídotos da violência**. Blog do Sociófilo, 2

**APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA CENTRO DE
DESENVOLVIMENTO AGROECOLÓGICO SABIÁ E A SUPERINTENDÊNCIA
FEDERAL DE AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO NO ESTADO
DE PERNAMBUCO**

Nome do entrevistado	
Função	
Instituição	
Formação	
Data da entrevista	
Local da entrevista	

1. Quanto tempo a feira existe?
2. Quantas bancas no total?
3. Quantos assentamentos/ sítios?
4. Quantos agricultores e agricultoras?
5. Quais os produtos vendidos?
6. Quantos possuem a OCS?
7. Qual a função de vocês frente a feira?
8. Como é realizado o acompanhamento da produção até a comercialização?
9. Como vocês enxergam a presença dos comerciantes no espaço da feira?
10. O que vocês acham do espaço da feira agroecológica?
11. Qual a importância da feira de casa forte?

Sobre o Projeto de Lei Ordinária Nº 1485/2017: Institui a Política Estadual de Agroecologia e de Produção Orgânica - PEAPO - e dá outras providências

E sobre o substitutivo proposto pela CPOrg-PE ao Projeto de Lei que regulamenta Feiras Agroecológicas em Pernambuco.

12. Como acontece essa regulamentação das Feiras Orgânicas e Agroecológicas do estado?
13. Quantas feiras são regulamentadas hoje no Estado?
14. Porque a preocupação de ter a Organização de Controle Sociais (OCS)?
15. Como se dá a fiscalização?

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA A SECRETARIA DE MOBILIDADE E CONTROLE URBANO DA PREFEITURA DO RECIFE

Nome do entrevistado	
Função	
Instituição	
Formação	
Data da entrevista	
Local da entrevista	

1. Quais são as responsabilidades da Secretaria?
2. Quem faz o controle e fiscalização do comercio informal?
3. Quando vocês tomaram conhecimento da presença dos comerciantes na feira?
4. Qual tipo de denúncia foi realizado? O que reclamavam?
5. Por que a ação da prefeitura foi logo de retirar os feirantes daquele espaço?
6. Como foi feita a 1ª intervenção?
7. Quem fez a intervenção?
8. O que vocês encontraram quando chegaram no local?
9. O que aconteceu na reunião que o Secretario João Braga estava presente?
10. O que estava sendo exigido enquanto padrão? Quais as exigências que a secretaria está pedindo aos comerciantes?
11. Houve algum acordo enquanto a criação desse padrão?
12. Vocês também são responsáveis pelo controle da feira agroecológica?
13. Houve algum posicionamento dos orgânicos quanto a essa situação?
14. Como está sendo feito esse acompanhamento do cumprimento dessas exigências?
15. Haverá punição para os que não cumprir?
16. Vocês fazem o controle do registro dos alimentos vendidos na FACF?
17. O que diz o regulamento?
18. Por que eles são considerados comercio informal no entorno da praça de casa forte?
19. Quantos comerciantes estão cadastrados e quais os produtos?
20. Existe algum documento com o registro?

**APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA OS PRODUTORES-
FEIRANTES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE - FACF**

Nome do entrevistado	
Idade	
Escolaridade	
Município	
Composição familiar	
Renda Familiar	
Nome do assentamento	
Data da entrevista	
Local da entrevista	

1. De que horas você chega aqui? Você no ônibus ou possui carro próprio?
2. Produtos vendidos na banca; Renda da feira?
3. Quantos participam da banca? (assíduos)? Quantas bancas possui?
4. Quanto tempo está nesta atividade?
5. A qual associação, ONG, ou cooperativa estão associados?
6. Frequenta algum tipo de evento, reuniões, cursos de formação voltados para agricultura familiar? Há alguma obrigatoriedade?
7. Quanto tempo possui a OCS?
8. Há quanto tempo você produz orgânico?
9. Onde o produto é produzido? (processo de produção e armazenamento)
10. Quem fornece assessoria técnica?
11. A entrada de um novo integrante, com o se dá? Ele tem acesso imediato OCS?
12. Quais são as exigências de produção e comercialização para obter a OCS?
13. Como se dá a conversão do produtor para a produção orgânica? (processo, fiscalização etc.)
14. Caso algum produtor não siga as normas, o que acontece?
15. O que você (produtor) acha do produto orgânico? Os produtores visitam periodicamente as propriedades um dos outros? (formas de controle e garantia)
16. A avaliação do processo de formação é realizada quantas vezes (trimestre, semestre ou anual)?
17. O que você acha do orgânico?
18. O que ele representa para você? (crença do próprio produtor).
19. Você acredita que a OCS é mais efetiva que as feitas pelos técnicos? (confiança no grupo)
20. Você compartilha seu conhecimento acerca da produção orgânica com seus colegas e com os clientes? Quem são seus clientes?
21. Quais canais de venda você usa para vender?
22. Quando um cliente quer um produto que você não tem, como você faz? Como se dá esse processo de pedir ao vizinho?
23. Como se estabelece o vínculo com o consumidor e as instituições?
24. O que mais você gosta na feira?

**APÊNDICE D – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA OS CONSUMIDORES DA
FEIRA AGROECOLÓGICA DE CASA FORTE - FACF**

Nome do entrevistado	
Idade	
Ocupação	
Bairro que reside	
Gênero	
Renda Familiar	
Nome do assentamento	
Data da entrevista	
Local da entrevista	

- b) Por que consome produto orgânico?
- c) Quanto tempo consome este tipo de produto?
- d) Quais produtos você compra mais?
- e) O que acha do produto orgânico?
- f) Quanto tempo frequenta a feira de casa forte?
- g) Quais bancas você compra?
- h) Compra em todos os sábados?
- i) Como se dá a relação com o produtor?
- j) Como conheceu ele?
- k) O que acha da Organização de Controle Social?
- l) Você acompanha o processo de produção?
- m) Você sabe como é produzido?
- n) O que achou da questão da venda de produtos não orgânicos na feira?
- o) E a presença dos comerciantes?
- p) Você compra neles?
- q) O que mais lhe encanta na feira?
- r) Conhece o termo agroecologia?