

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

JULIANA GOMES DE MORAES

**MERCADOS, INSTITUIÇÕES E AGRICULTURA FAMILIAR: o caso dos
agricultores da CECAF e da Feira de Orgânicos no CEASA-PE**

Recife

2023

JULIANA GOMES DE MORAES

**MERCADOS, INSTITUIÇÕES E AGRICULTURA FAMILIAR: o caso dos agricultores da
CECAF e da Feira de Orgânicos no CEASA-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: Mudança Social.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Luiza Lins e Silva Pires.

Coorientadora: Profa. Dra. Eliane Maria Monteiro da Fonte.

Recife

2023

Catálogo na Fonte
Bibliotecário: Rodrigo Leopoldino Cavalcanti I, CRB4-1855

M828m Moraes, Juliana Gomes de.
Mercados, instituições e agricultura familiar : o caso dos agricultores da
CECAF e da feira de orgânicos no CEASA-PE / Juliana Gomes de Moraes. –
2023.
242 f. : il. ; tab. ; 30 cm.

Orientadora : Maria Luiza Lins e Silva Pires.
Coorientadora : Eliane Maria Monteiro da Fonte.
Tese (doutorado) - Universidade Federal de Pernambuco, CFCH.
Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Recife, 2023.

Inclui referências e anexos.

1. Sociologia. 2. Agricultura familiar. 3. Comércio atacadista. 4. Centrais
de Abastecimento de Pernambuco. 5. Políticas de regulação. 6. COVID-19,
Pandemia de, 2020-. I. Pires, Maria Luiza Lins e Silva (Orientadora). II. Fonte,
Eliane Maria Monteiro da (Coorientadora). III. Título.

301 CDD (22.ed.) UFPE (BCFCH2023-112)

JULIANA GOMES DE MORAES

**MERCADOS, INSTITUIÇÕES E AGRICULTURA FAMILIAR: o caso dos agricultores da
CECAF e da Feira de Orgânicos no CEASA-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: Mudança Social.

Aprovada em: 12 de Abril de 2023.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Maria Luiza Lins e Silva Pires

(Presidente/Orientadora) Programa de Pós Graduação em Sociologia/ PPGS - UFPE

Profa. Dra. Eliane Maria Monteiro da Fonte

(Examinador Interno/coorientadora) Programa de Pós Graduação em Sociologia/ PPGS – UFPE

Profa. Dra. Josefa Salete Barbosa Cavalcanti

(Examinador Interno) Programa de Pós Graduação em Sociologia/ PPGS - UFPE

Profa. Dra. Conceição Maria Dias de Lima

(Examinador Externo) Programa de Pós-Graduação em Dinâmicas Territoriais e Cultura (ProDiC) – UNEAL

Dr. Altivo Roberto Andrade de Almeida Cunha

(Examinador Externo) Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura – FAO/ONU

Dedico esta tese à minha mãe Teresinha, ao meu pai José Benedito e aos meus irmãos Marcelo e Fernanda, que sempre acreditaram em mim e me incentivaram a trilhar meu caminho em Pernambuco, ainda que tão distante de casa, para onde retornei e fui recebida com calor e muito amor.

Também dedico esta tese em memória de Ana Paula Gonçalves, amiga, agricultora e funcionária do Ceasa-PE que, com mãos e terra, alimentou o mundo.

AGRADECIMENTOS

Finalizar a presente tese custou o esforço de muitos, cujas mãos ou pensamentos estiveram diretamente envolvidos. Sem eles seria impossível esse trabalho ter sido finalizado ou, certamente, eu não teria logrado êxito. Inicialmente, agradeço àqueles que me apoiaram emocionalmente nessa trajetória: meus pais e irmãos e meu companheiro Renato Munhoz, por me preencherem de cuidador diário e muito amor.

Para a realização deste trabalho, sou eternamente grata à professora Maria Luiza Lins e Silva Pires, pelo esforço envolvido em lidar com o tempo que levei para desenvolver esse trabalho, entre tentativas e erros e inúmeras revisões. Com ela, aprendi que a prática da escrita deve envolver, acima de tudo, muito esmero e dedicação profunda. Também sou imensamente grata à professora Eliane Maria Monteiro da Fonte pela disposição para me acolher e caminhar rumo à finalização deste ciclo, me estimulando com leveza e otimismo.

Agradeço à professora Josefa Salette Barbosa Cavalcanti e ao professor Alessandro Bonanno do Laboratório de Estudos Rurais (LAE Rural) por terem me proporcionado ricas experiências de estudo e me contagiado com seus entusiasmos pelos temas relacionados ao sistema agroalimentar.

Sou grata aos colegas do CEASA-PE e dos movimentos sociais da agricultura familiar, que gentilmente me atenderam em meio à pandemia da COVID- 19. Sou grata especialmente aos agricultores e agricultoras da Feira de Orgânicos do CEASA-PE e, sobretudo ao funcionário da casa, Wilson, que ali me recebeu com gentileza. Da mesma forma, agradeço aos agricultores comerciantes Luciene e Edson, por me receberem com cordialidade na CECAF, viabilizando as entrevistas desta investigação. Sou grata à Bárbara Lima e Antônio Souza da UNICAFES que, além de contribuir com esta tese, considero como meus professores do mundo rural.

Aos pesquisadores Caio França e Altivo Cunha, agradeço pela estima e pelos ensinamentos indispensáveis para compreender a complexidade dos mercados atacadistas que foram essenciais para a elaboração desta análise. Sou grata aos professores José Luiz Raton e Remo Mutzenberg com os quais aprofundi meu conhecimento em sociologia no Programa de Doutorado em Sociologia da UFPE, de forma sem precedentes. Por fim, agradeço aos colegas de turma, Nido Farias, Camila Almeida, Andrea Gonçalves e Nathielly Ribeiro pela rede de apoio que criamos e pela força sincera que damos uns aos outros.

RESUMO

Esta tese analisa as dinâmicas sociais que caracterizam a Central de Comercialização da Agricultura Familiar (CECAF) e a Feira de Orgânicos, ambas situadas no CEASA-PE, a partir dos aparatos regulatórios que definem preço, uso dos espaços e rotina de comercialização, bem como analisa o conjunto das estratégias utilizadas pelos agricultores para viabilizar a comercialização dos seus produtos. Os impactos da pandemia do COVID-19 sobre os mecanismos de funcionamento da CEASA-PE e suas implicações sobre as estratégias desenvolvidas pelos agricultores também integram os propósitos desta tese. Como se operam as estruturas dos mercados atacadistas que agregam a agricultura familiar e de que forma os agricultores familiares estão atuando nessas estruturas? E como são definidas as normas e diretrizes que balizam a atividade dos agricultores familiares constituem as principais questões desta pesquisa. Os resultados apontam para os pormenores das lógicas internas dos negócios, das dinâmicas coletivas que compõem as instâncias políticas da regulação de mercados voltados à agricultura familiar. Os casos estudados demonstram uma incipiente participação das cooperativas e das associações representantes dos agricultores, contrariando os projetos de criação desses espaços, e que levam a ampliação do poder de barganha da gestão institucional, da iniciativa privada e dos atravessadores na gestão dos negócios. Panorama este que predomina na CECAF, quando comparada à Feira de Orgânicos, onde os agricultores gozam de maior autonomia. O protagonismo da agricultura familiar está especialmente presente na criação de uma logística – de veículo para condução e transporte das mercadorias, de permuta e obtenção de produtos que aumentem o seu portfólio de vendas e de uso da tecnologia de informação - na precificação e também na criação de acordos informais, que lhe assegurem a condução das práticas comerciais. Fato que ficou ainda mais evidente durante a crise sanitária global, quando as vendas online, via whatsapp, passaram a fazer parte do cotidiano desses agricultores. A importância das redes de abastecimento alimentar protagonizadas pela agricultura familiar em tempos de crise foi um aspecto destacado neste trabalho. As evidências da pesquisa sugerem que a estabilidade da agricultura familiar nos mercados atacadistas brasileiros depende, em grande medida, da ampliação da participação de instâncias representativas em espaços estratégicos de tomada de decisão regulatória deste comércio. A contribuição deste estudo para o debate sociológico está na possibilidade de situar o CEASA-PE não apenas como um campo de atuação do Estado na regulação do abastecimento alimentar, mas como um aparato institucional responsável pela construção de mercados voltados à agricultura familiar, assentados numa complexa rede de inter-relações, que permanentemente redefine a margem de poder e de autonomia dos agricultores familiares.

Palavras-chave: agricultura familiar; mercados atacadistas; CEASA-PE; políticas de regulação; COVID-19.

ABSTRACT

This thesis analyzes the social dynamics that characterize the Central de Comercialização da Agricultura Familiar (CECAF) and Feira de Orgânicos, both located in CEASA-PE, from the regulatory apparatus that defines the price, use of spaces, and distribution routine, as well as analyzes the set of strategies used by farmers to make the commercialization of their products viable. The effects of the COVID-19 pandemic on the operation's change of CEASA-PE and its initiatives on the farmers' strategies also integrate this thesis's purposes. How do the structures of the wholesale markets that aggregate family farming operate and in what way are family farmers present in these structures? And how are the rules and guidelines that guide the activity of family members defined are the main questions of this research. The results point to the details of the internal logic of the businesses, of the collective dynamics that make up the political instances of the regulation of directions to family farming. The cases demonstrated an incipient participation of cooperatives and associations of farmers' representatives, contrary to the projects of creating these spaces. That led to the amplification of the bargaining power of institutional management, private initiative, and intermediaries in the management of businesses. This scenario prevails in CECAF, when compared with the Feira de Orgânicos, where farmers enjoy greater autonomy. The protagonism of family farming is especially present in the creation of logistics - of vehicles for driving and transporting goods, of barter and obtaining products that increase their sales portfolio and use of information technology - in pricing and also in the creation of informal agreements, which guarantee the conduct of commercial practices. This fact became even more evident during a global health crisis, when online sales, via whatsapp, became part of everyday day family farmer's life. The importance of food supply networks protagonized by family farming in times of crisis was a highlighted aspect in this work. The research's evidence suggests that the stability of family farming in Brazilian wholesale markets depends, to a large extent, on the extension of the participation of representative instances in strategic decision-making regulatory spaces of this trade. The contribution of this study to the sociological debate is the possibility of situating CEASA-PE not only as a field of action of the State in the regulation of food supply but as an institutional apparatus responsible for the construction of future markets to family farming, based on a complex network of inter-relationships, which permanently redefine the margin of power and autonomy of family farmers.

Keywords: family farming; wholesale markets; CEASA-PE; regulatory policies; COVID-19.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 3.1- Localização das instituições gestoras de entrepostos atacadistas brasileiros vinculados a Abracen, com o estado de Pernambuco à direita.....	65
FIGURA 3.2 - Publicidade do aplicativo criado para <i>marketplace</i> virtual do CEASA-PE.....	70
FIGURA 4.1- Organograma do conselho paritário da CECAF.....	91
FIGURA 4.2 - Divulgação oficial do CEASA-PE sobre manutenção do funcionamento durante a pandemia da COVID-19.....	114
FIGURA 4.3 - Publicidade do aplicativo para compras virtuais do CEASA-PE.....	115
FIGURA 5.1 - Logotipo da empresa IBD (à esquerda) e da empresa Ecocert (ao centro) utilizados junto ao selo do Ministério da Agricultura (à direita) pelos agricultores da Feira de Orgânicos do CEASA-PE.....	120

LISTA DE QUADROS

QUADRO 3.1 - Ações sociais voltadas para o produtor rural no sistema atacadista brasileiro.....	74
QUADRO 5.1 - Agricultores participantes da pesquisa e município de origem.....	127
QUADRO 5.2 - Organizações de Controle Social (OCS) da Feira e respectivos municípios de origem em Pernambuco.....	132
QUADRO 6.1 - Relação de alimentos orgânicos ofertados por agricultor e agricultora entrevistados.....	165

LISTA DE FOTOS

FOTO 5.1 - Agricultor utilizando balança (à esquerda) e cliente com carrinho de compras (à direita), ambos disponibilizado pelo CEASA-PE.....	134
FOTO 5.2 - Tabela de preço cedida e alocada pelo DETEC em barracas da Feira de Orgânicos do CEASA-PE.....	135
FOTO 5.3 - Posto da Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária de Pernambuco (ADAGRO) no CEASA-PE.....	143
FOTO 5.4 - Uso de caixas 6424 na Feira de Orgânicos do CEASA-PE.....	146
FOTO 5.5 - Compartilhamento de álcool em gel na entrada da Feira de orgânicos (esquerda). Distanciamento entre barracas, como medida de Isolamento (direita).....	148
FOTO 6.1 - Transporte utilizado de forma coletiva.....	173
FOTO 6.2 - Início da feira na madrugada na Feira de Orgânicos.....	174
FOTO 6.3 - Fechamento da Feira de Orgânicos com desmontagem das barracas.....	175
FOTO 6.4 - Formas de arrumação da diversidade de produtos nas bancadas.....	176
FOTO 6.5 - Caixas 6424 com compras encomendadas via <i>whatsapp</i>	180
FOTO 6.6 - Banca com produtos biodinâmicos certificados.....	191
FOTO 6.7 - Produtora inserindo produtos em embalagem com selo de conformidade orgânica.....	198
FOTO 6.8 - Movimento de clientes na CECAF durante pandemia da COVID-19.....	203
FOTO 6.9 - Movimento de clientes nas proximidades das bancadas dos entrevistados da CECAF, durante pandemia da COVID-19.....	204

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABRACEN	Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento
ADAGRO	Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária de Pernambuco
AGROMESF	Agência Regional do Agronegócio Familiar do Submédio do São Francisco
ARCO Norte	Agência Nacional de Comercialização da Mata Norte de Pernambuco
ASSUCERE	Associação dos Usuários e Comerciantes do CEASA/PE
CARE	Centro de Abastecimento Logístico de Recife
CEASA	Central de Abastecimento Logístico e Alimentar
CEASA-PE.O.S	Centro de Abastecimento Logístico de Pernambuco
CECAF	Central de Comercialização da Agricultura Familiar
COBAL	Companhia Brasileira de Alimentos
CONTAG	Confederação nacional dos trabalhadores na agricultura
COOPAFA	Cooperativa de desenvolvimento da Agricultura familiar
COOPAGEL	Cooperativa dos Profissionais em Atividade Gerais
DAP	Declaração de Aptidão ao Pronaf
DTO	Departamento técnico Operacional
FAO	Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura
FLAMA	Federação Latino-Americana de Mercados de Abastecimento
FETAPE	Federação de trabalhadores na agricultura de Pernambuco
IBD	Instituto Biodinâmico
IPA	Instituto de pesquisa Agrônomo de Pernambuco
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MLP	Mercado Livre do Produtor
OCS	Organização de Controle Social
PROHORT	Programa de modernização do mercado Hortigranjeiro
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento a agricultura familiar
SARA	Secretaria de Agricultura e reforma Agrária
SDT	Secretaria de Desenvolvimento Territorial
SERTA	Serviço de tecnologia Alternativa

SINAC	Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento
SINDFRUTAS	Sindicato do Comércio de Hortícolas, flores e plantas de Estado de Pernambuco
WUWM	<i>World Union of Wholesale Markets</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	16
1.1	O problema e objetivos da pesquisa	19
1.2	Justificativa	22
1.3	Percurso metodológico da pesquisa.....	24
1.4	Estrutura dos capítulos.....	30
2	CAPÍTULO II - PERSPECTIVAS SOCIOLOGICAS PARA ANÁLISE DOS MERCADOS ATACADISTAS E DA AGRICULTURA FAMILIAR.....	32
2.1	Abordagem da construção social e ordenamento dos mercados.....	33
2.2	Globalização da agricultura e a inserção da agricultura familiar nos mercados de larga escala.....	35
2.3	Sistema agroalimentar (SAG) e a insurgência dos sistemas agroalimentares localizados (SIAL)	40
2.4	Agricultura familiar e políticas públicas de comercialização no Brasil.....	44
3	CAPÍTULO III - A POSIÇÃO DOS MERCADOS ATACADISTAS NO SISTEMA AGROALIMENTAR	49
3.1	A diversidade dos mercados atacadistas.....	49
3.2	As quatro fases de modernização dos mercados atacadistas.....	52
3.3	O quadro organizacional dos mercados atacadistas.....	55
3.4	As formas de atendimento dos mercados atacadistas aos produtores rurais.....	59
3.5	Mercado atacadista à brasileira: particularidades do sistema CEASA.....	62
3.6	Formas de inserção da agricultura familiar nas CEASAS.....	71
4	CAPÍTULO IV - INSERÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO CEASA- PE.O.S, INSTITUIÇÕES E DINÂMICAS SOCIAIS ENVOLVIDAS	81
4.1	O CEASA de Pernambuco - CEASA-PE/O.S.....	81
4.2	A Central de Comercialização da Agricultura Familiar – CECAF.....	88
4.3	A composição social da comercialização na CECAF	96
4.4	Organizações sociais da CECAF	100

4.5	Regras de ocupação, formação de preço e qualidade dos produtos da CECAF.....	104
4.6	Impactos da pandemia no CEASA-PE/O.S.....	110
5	CAPÍTULO V - A FEIRA DE ORGÂNICOS DO CEASA-PE	117
5.1	A composição social da Feira de Orgânicos do CEASA-PE	126
5.2	Organização social dos agricultores orgânicos	131
5.3	A ocupação da Feira de Orgânicos	133
5.4	Controle da qualidade Orgânica	142
5.5	Impactos da pandemia do COVID-19 para agricultores da Feira de Orgânicos.....	147
6	CAPÍTULO VI - COTIDIANO DOS AGRICULTORES E CONCEPÇÃO LOCAL DAS PRÁTICAS COMERCIAIS.....	157
6.1	O abastecimento da Central de Comercialização da Agricultura Familiar - CECAF	157
6.2	O abastecimento da Feira de Orgânicos do CEASA-PE.....	164
6.3	Expertise em torno da negociação.....	188
6.4	Requisitos estruturais da comercialização do alimento orgânico.....	196
6.5	Impactos da pandemia para os agricultores comerciantes da CECAF.....	201
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	206
	REFERÊNCIAS.....	215
	APÊNDICE A - ROTEIRO PARA ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS DA FEIRA DE ORGÂNICOS	233
	APÊNDICE B - ROTEIRO PARA ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS (GESTORA DA UNICAFES E ABRACEN)	235
	APÊNDICE C - QUADRO DE ASSOCIAÇÕES E COOPERATIVAS DOS PERMISSIONÁRIOS DA CECAF.....	236
	APÊNDICE D - TABELA DA OFERTA DE PRODUTOS DOS AGRICULTORES COMERCiantes NA CECAF.....	237
	ANEXO A - MAPA DO CEASA-PE COM GALPÕES RECIFLOR (1) E CECAF (2)	238
	ANEXO B - SETORIZAÇÃO DAS FLV NA CECAF.....	239
	ANEXO C - REGIMENTO DE MERCADO DO CEASA-PE.....	240

1 INTRODUÇÃO

Esta tese analisa as dinâmicas sociais que definem a Central de Comercialização da Agricultura familiar (CECAF) e a Feira de Orgânicos no CEASA-PE, a partir dos aparatos regulatórios dos preços, uso dos espaços e rotina de comercialização e das estratégias utilizadas pelos agricultores para a comercialização dos seus produtos.

Num tempo impactado pela pandemia da COVID-19, tornou-se também fonte de interesse deste trabalho analisar os impactos dessa pandemia sobre os mecanismos de funcionamento do CEASA-PE, tanto em relação ao aparato institucional, como em relação às regras de funcionamento formais e informais, situando as estratégias de atuação dos agricultores.

Segundo Belik (2015), historicamente, a produção de gêneros como milho, feijão e arroz, em propriedades familiares e chácaras próximas aos grandes centros, abastecia as feiras, armazéns e quitandas do país, diferenciando-se, assim, dos gêneros produzidos pelo setor agroexportador. A concepção das Centrais de Abastecimento está relacionada à tentativa de ordenar estas estruturas. A compreensão, por parte dos idealizadores do sistema, era de que havia a necessidade de conectar o produtor rural aos novos mercados urbanos para a distribuição de alimentos com preços mais acessíveis.

Na década de 1960, as CEASAS passaram a compor o sistema latino-americano de mercados públicos, representando o tradicional elo de distribuição de hortifrutigranjeiros para os grandes centros urbanos. De forma semelhante a outros países, essas unidades foram instaladas com o papel de institucionalizar o abastecimento alimentar nacional, com as condições ótimas de competição que favorecessem tanto produtores rurais, quanto comerciantes e consumidores (MOURÃO, 2008). Os mercados atacadistas também foram pensados como solução governamental para a erradicação da fome, bem como para a geração de renda para os produtores rurais (FAO – FLAMA, 2020).

Valendo-se como estações receptoras e distribuidoras, as Centrais estruturam uma complexa rede de varejo e atacado composta por entrepostos federais, estaduais, municipais e mistos – público/privado (MAZON, 2010). Dado ao conjunto dos aspectos logísticos envolvendo estados, produtores rurais, fornecedores e comerciantes, as

Centrais garantem o atravessamento de mercadorias nos mais variados planos da comercialização. Isso reveste essas estruturas de uma heterogeneidade social, que inclui desde a tradição camponesa de escoamento da produção em feiras livres, até às práticas comerciais de experientes atravessadores (GARCIA, Jr., 1989).

A produção familiar tem sido escoada nos tradicionais equipamentos de comercialização – as conhecidas feiras livres - utilizados pelos agricultores no exercício da negociação dos seus cultivos. Atualmente, esta prática passou a incorporar, cada vez mais, uma relação complexa com vendedores e compradores, permitindo delinear, segundo Waquil, Miele e Schultz (2010), os grupos de agricultores familiares com diferentes graus de inserção nos mercados agropecuários. Assim, em uma mesma estrutura, é possível congregando desde atores que engendram longas escalas em processos de acumulação capitalista, como aqueles que se limitam a animar as dinâmicas produtivas locais.

Congregando “estruturas heterogêneas” (GREEN, SCHALLER, 2003) ou “híbridas” (MALUF, LUZ, 2017), o sistema atacadista revela a coexistência de redes, abastecendo o provimento de frutas, legumes e verduras (FLV), de forma diversa. O aumento global do consumo de frutas e outros alimentos frescos, na década de 1990, fez com que o setor de FLV passasse a ser orientado internacionalmente por decisões gerenciais subordinadas a um rígido controle das corporações sobre a qualidade dos produtos e dos processos (CAVALCANTI, 1997).

Via de regra, como sublinhado por Mazon (2010), os agentes privados passaram a ter maior influência sobre tais processos, uma vez que seus tipos de alianças e formas de coordenação passaram a ser reconhecidos como eficientes para a estabilidade do padrão logístico.

Esse novo cenário provocou, por parte do governo, a instauração de um modelo de governança público-privada nas Centrais, apoiado num arranjo organizacional de eficiência econômica, levando os espaços de uso livre a serem privatizados ou apropriados permanentemente por atacadistas (CUNHA, 2006; MAZON, 2010; NASCIMENTO, 2008).

Consolidou-se, dessa forma, um empresariado regulador, que generalizou uma imagem de “agentes privados, como intermediários não funcionais ou como forças de

cartel” (CUNHA, 2006, p.6). O desenrolar destas atividades acabou criando obstáculos para um modelo de mercado público, com valores baseados na relação direta entre produtores rurais e consumidores.

Para a Organização para a Alimentação e Agricultura das Nações Unidas (FAO), a globalização das FLV e a incorporação do setor privado no abastecimento alimentar não foram suficientemente capazes de permitir que as populações de baixa renda, das mais diversas regiões, pudessem acessar esses alimentos de forma condizente às suas necessidades nutricionais. Pelo contrário, como admite ainda a FAO (2020), esses alimentos passaram a ostentar valores mais elevados em regiões pobres quando comparados às áreas mais ricas e produtivas.

A partir da década de 2000, as políticas públicas de abastecimento passam a reconhecer um novo padrão alimentar mais ligado aos mercados locais e a promoção da agricultura familiar. Nesse novo cenário, a agricultura familiar passava a ser reconhecida como protagonista de uma parcela importante da produção mundial de alimentos frescos, cerca de mais de um terço dos alimentos no mundo, permitindo-lhe certa visibilidade. Foi na esteira desse reconhecimento que a FAO instituiu o período de 2019 a 2028 como a “Década da Agricultura familiar”. Tal medida se revestia, também, como uma forma de estimular o comprometimento do poder público em promover a segurança alimentar e assegurar a qualidade dessa distribuição (FAO, 2021).

Dada a sua posição chave no setor da distribuição, o sistema atacadista também passou a ser considerado como canal fundamental para a oferta de alimentos à população da América Latina, regulando padrões de qualidade e preços baixos (FAO, 2020). Por meio de uma ampla agenda global da ONU - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para 2030 (ODS) - 22 países estariam se orientando para o provimento regional de FLV da agricultura familiar, por meio das estruturas dos mercados atacadistas.

Aliado aos sofisticados padrões de qualidade já implementados, a pandemia da COVID-19 passou a exigir protocolos sanitários para o manuseio dos produtos in natura ainda mais rigorosos, colocando a governança dos mercados atacadistas no centro do debate da distribuição de alimentos. Com efeito, as novas demandas operacionais passaram a desafiar os agentes públicos e privados na gestão do sistema agroalimentar.

Como chama a atenção a FAO (2021), a gravidade da pandemia e seus desdobramentos globais em torno da mobilidade de pessoas e mercadorias acenderam um alerta sobre a importância das redes de abastecimento alimentar em tempos de crise. Eis a razão pela qual foi levada a considerar os mercados atacadistas em articulação com a agricultura familiar como estratégicos para que o mundo conseguisse superar os períodos de quarentena que se alastraram durante a pandemia.

De toda sorte, o cenário atual da COVID-19 trouxe à tona o dilema social da realização logística de um abastecimento alimentar de grande circulação de mercadorias. De igual modo, evidenciou que o tema do abastecimento alimentar envolve o comprometimento do poder público com a sociedade em promover a segurança alimentar e o desenvolvimento regional do entorno urbano. E requer, da mesma forma, a eficiência dos agentes envolvidos em assegurar as transações. Essas questões têm mostrado que a falta de alimentos pode ser um problema de recomposição dos espaços participativos de abastecimento alimentar e do tipo de institucionalidade envolvida nesses processos (MALUF, LUZ, 2017).

Além disso, como observam Maluf e Luz (2017), a governança dos Estados em torno da manutenção dos mercados atacadistas em tempos de isolamento social, também tem mostrado que a promoção da circulação de alimentos depende do tipo de institucionalidade envolvida nesses processos.

1.1 O problema e os objetivos da pesquisa

A literatura especializada avalia que há uma incapacidade regulatória, por parte das Centrais, em atender aos apelos cívicos da alimentação - ambientalmente sustentáveis e socialmente justas - e de reunir a produção da agricultura familiar (BELIK, CUNHA, 2015; MAZON, 2010; CUNHA, 2013). Destacam-se algumas evidências de que o sistema está voltado para questões de modernização e eficiência econômica, e pouco envolvido com processos planejados de diversificação inclusiva da agricultura familiar.

A primeira está na fragilidade do elo estabelecido entre CEASAS e produtores rurais, dificultando a promoção de uma adequada circulação de mercadorias. O que se observa, são sucessivos mecanismos de atravessamento, ampliando a distância que o

produto percorre até chegar ao consumidor final, trazendo implicações logísticas desfavoráveis para produtores rurais. Trata-se de uma questão que, como observa Cunha (2013), encontra-se relacionada à concepção de eficiência aplicada ao denominado “passeio da mercadoria”. A viabilidade do deslocamento do produtor às Centrais, depois de percorridas longas distâncias, está na possibilidade de formação de preço, justificada pela crença no equilíbrio entre a oferta e demanda (MAZON, 2010; GARCIA PARPET, 2003). Essa problemática coloca os mecanismos de aferição do preço no centro das preocupações, deixando, em segundo plano, as oportunidades vinculadas aos circuitos curtos de comercialização, visto que, mesmo com a ausência do atravessamento, não se têm assegurados preços competitivos dos produtos.

Assim, ainda que se admita que 40% dos alimentos produzidos no Brasil passem pelas CEASAS, permanecem precárias as condições em que essa produção é ali reunida, depois de percorrer grandes percursos no deslocamento entre as unidades produtivas e as Centrais. Como forma de conservar o frescor dos produtos e atenuar as suas perdas, as Centrais têm difundido técnicas modernas de gerenciamento dos processos pós-colheita. Essa mudança técnica recai sobre o saber-fazer dos agricultores, que carrega uma complexidade própria e contingente de formas tácitas de negociar, se manifestando como uma “expertise da comercialização” (MORAES, 2017).

A limitação dos dados públicos que as CEASAS produzem sobre a variação dos preços, sobre a origem da produção e sobre os possíveis processos de intermediação envolvidos tem dificultado o processo de formação dos preços. As informações ficam geralmente restritas aos municípios de origem do produto, por conta da coleta de dados realizada pelas Centrais, em seus pontos de entrada e saída de veículos.

Tal realidade tem favorecido a formação de preços pelos comerciantes, alijando os produtores na participação desse processo, o que tem se constituído como uma fonte de conflitos em mercados atacadistas (GARCIA PARPET, 2003). Soma-se a isso a criação de estruturas obsoletas, apropriadas pelos atacadistas, que findam por inviabilizar a inclusão da agricultura nessas estruturas (BELIK, CUNHA, 2015).

Cunha (2013) também chama a atenção para a ausência de dados qualitativos no processo de regulação das informações de mercado. Um dos motivos para isso, segundo admite, estaria na ausência da noção de território no arcabouço teórico da montagem

das Centrais de Abastecimento. O que, por conseguinte, inviabilizaria a divulgação de informações territoriais e dos municípios especializados em um dado produto.

Finalmente, o mesmo autor destaca a ausência de um direcionamento da vontade política, capaz de estimular os produtores rurais e a agricultura familiar. Apesar disso, registra-se que, historicamente, algumas Centrais têm dedicado espaços exclusivos para os produtores rurais, por meio dos chamados Mercados Livres dos Produtores (MPL). Poucas Centrais, entretanto, se voltaram à categoria específica da agricultura familiar, como é o caso do Centro de Abastecimento Logístico de Pernambuco (CEASA-PE), objeto desta pesquisa.

Como a organização dos mercados atacadistas contribui para a inserção da agricultura familiar neste grande circuito de circulação de mercadorias? Como operam as estruturas que agregam a agricultura familiar e de que forma os agricultores familiares estão atuando nessas estruturas? Como são encaminhadas e compreendidas as normas e diretrizes que balizam a atividade dos agricultores familiares?

Com base nessas questões, o objetivo geral desta tese consiste em analisar as dinâmicas sociais que definem a Central de Comercialização da Agricultura familiar (CECAF) e a Feira de Orgânicos no CEASA-PE, a partir dos aparatos regulatórios que definem preço, uso dos espaços e rotina de comercialização e das estratégias utilizadas pelos agricultores para a comercialização dos seus produtos.

Constituem seus objetivos específicos:

- a) Analisar a constituição dos galpões para a agricultura familiar no sistema CEASA, particularizando o CEASA-PE, identificando as normas e padrões que amparam o seu funcionamento;
- b) Identificar as categorias de atores que atuam no cotidiano da comercialização da CECAF e da Feira de Orgânicos no CEASA-PE, destacando as particularidades envolvidas em ambos os processos;
- c) Analisar os impactos da COVID-19 sobre os mecanismos de funcionamento do CEASA-PE e sobre as estratégias criadas pelos agricultores para assegurar a continuidade das suas atividades.

Elegemos, como unidades de análise, dois galpões instalados no perímetro urbano de Recife, a Central de Comercialização da Agricultura familiar (CECAF) e o Galpão Reciflor, que acomoda a Feira de Orgânicos do CEASA-PE (ANEXO A).

1.2 Justificativa

A escolha da Central de Comercialização da Agricultura familiar (CECAF) e da Feira de Orgânicos do CEASA-PE se deu pelo fato de se constituírem como um tradicional espaço de inserção da agricultura familiar, moldando a organização do seu trabalho agrícola, em termos de tempo de plantar, de colher e de transportar, a partir das regras institucionalmente instituídas.

Embora se reconheça que há uma variedade de praças de mercados e de circuitos mercantis informais existentes no CEASA-PE, a escolha da CECAF e da Feira de Orgânicos, dentre um total de 52 galpões, atende ao recorte dado para as praças de mercados institucionalizadas para a agricultura familiar, resultantes de projetos governamentais do qual o CEASA-PE é executor. Eleger estes galpões permite esclarecer alguns aspectos ainda não compreendidos sobre mercados institucionalizados para uma categoria beneficiária do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura familiar (PRONAF).

Tal escolha também contribui para compreender como são coordenados os mercados atacadistas, quando inseridas as dinâmicas sociais da agricultura familiar nos seus galpões.

A contribuição deste estudo para o debate sociológico está na possibilidade de explorar o CEASA-PE como um campo de atuação do Estado na regulação do abastecimento alimentar, de constituição de um aparato institucional público de construção de mercados, expondo, ao mesmo tempo, a complexidade das inter-relações que gravitam em torno de galpões que incorporam um campo organizacional dos agricultores familiares.

A maior parte dos estudos sobre CEASAS está concentrada na área da Economia e da Administração. Pouca atenção tem se dado aos papéis assumidos pelos diversos

atores nas praças de mercados, ou nas conexões mantidas com o aparato institucional do entreposto.

Mesmo entre os autores da Economia Agrária e da Sociologia Política, observa-se que, nos estudos sobre CEASAS, sobressaem os temas relativos às ações governamentais adotadas para mitigação da fome, centrando-se, desse modo, na questão da segurança alimentar (BELIK, GRAZIANO DA SILVA, TAKAGI, 2001) ou ainda, no tema da modernização dos aspectos institucionais (MAZON, 2010) e logísticos compartilhados no plano das ações administrativas sistêmicas (CUNHA, 2015).

A temática relacionada à organização dos diversos mercados da agricultura familiar tem aparecido com mais afinco nos trabalhos focados no desenvolvimento de tipologias de mercados, como circuitos curtos de comercialização, engendrados por relações comunitárias e associativas. Nesse contexto, há um domínio de estudos sobre agricultores e mercados, cujos formatos carregam critérios mais democráticos para organização dos aparatos técnicos e das formas de governança.

Mesmo assim, via de regra, os estudos não dão conta dos pormenores das lógicas internas dos negócios, das dinâmicas coletivas que compõem as instâncias políticas da regulação desses mercados, bem como das interações entre os diversos atores. O foco nessas questões constitui a originalidade deste estudo. A originalidade desta pesquisa também está na possibilidade de se desenvolver e de se aprofundar a reflexão em torno da correlação entre as políticas públicas e a estabilidade dos campos organizacionais dos mercados da agricultura familiar.

É importante ressaltar que a CECAF já foi nosso objeto de estudo desde 2017¹. A iniciativa de retomá-la para os propósitos dessa tese se deu por conta da necessidade de aprofundar alguns aspectos que não foram plenamente explorados naquela ocasião. Deu-se também para, a partir do rico leque de informações que continha, permitir um exercício comparativo com a realidade vivenciada com a Feira de Orgânicos.

O agricultor comerciante, eleito como alvo principal de investigação no âmbito da CECAF, permitia que se identificasse um modo de vida e de trabalho alimentado por um aprendizado permanente com as estratégias de compra e venda dos produtos, bem

¹ Trata-se da dissertação de mestrado intitulada “CEASA E AGRICULTURA FAMILIAR: dinâmicas sociais da CECAF em Recife – Pernambuco”.

como com as relações estabelecidas com fornecedores e clientes. Conhecer “todo mundo”, saber lidar com a definição de preços dos produtos e com as normas formais e informais de utilização dos espaços físicos são algumas das características observadas entre esses agricultores comerciantes.

Já naquela ocasião, registramos uma tendência à institucionalização e burocratização da coordenação da CECAF, traduzida na diminuição do poder daqueles que se dedicam à produção, em contraposição aos que se concentram na organização das operações do mercado. Este galpão, embora tenha sido criado com o objetivo de apoiar a agricultura familiar, foi, desde o início, reformulando o seu público-alvo, passando a incorporar outros atores sociais, muitos dos quais comerciantes que já participavam do CEASA-PE. Isso significa que se encontra ainda neste mercado um conjunto de feirantes, formado por agentes que são “agricultores produtores”, comerciantes parceiros e uma série de outras categorias de trabalhadores formais e informais, que merecia ser incluída na análise. A forma de regulação da CECAF, que passou por vários processos, também merecia uma análise mais aprofundada.

Assim, as mudanças permanentes associadas às dinâmicas da CECAF, associando-as a inclusão da Feira de Orgânicos como fontes de investigação, nos permitem ampliar a compreensão sobre o contexto de criação de institucionalidades no âmbito dos galpões voltados para a agricultura familiar e sobre os seus mecanismos de organização.

1.3 Percurso metodológico da pesquisa

Optou-se, nesta tese, por um desenho de pesquisa de natureza qualitativa, capaz de permitir identificar os padrões habituais que dominam a regulação deste tipo de comercialização. A análise desenvolvida neste trabalho parte da narrativa dos atores de duas experiências de mercados instalados no CEASA – PE/O.S, a Central de Comercialização da Agricultura familiar (CECAF) e a Feira de Orgânicos do CEASA – PE, ambas localizadas na rodovia BR 101, no município de Recife.

Num primeiro momento, elaboramos um cronograma de visitas à Feira de Orgânicos e à CECAF, prevendo idas a campo no primeiro semestre de 2020 para

realização de entrevistas². Elegemos realizá-las de forma semiestruturada, pela possibilidade de construir os dados assentados na realidade interpretada pelos agricultores.

Entretanto, vale destacar, o grave cenário decorrente da pandemia da COVID-19 mudou os rumos da pesquisa. Além da inclusão de novas questões, o contexto da pandemia e o consequente isolamento social exigiram a reformulação do desenho da pesquisa, com a inclusão de estratégias de contato online, consideradas como imprescindíveis para evitar a contaminação pelo vírus SARS-CoV-2.

A impossibilidade de realizar as visitas de campo se agravou quando, por meio de um comunicado no dia 23 de março do ano 2020, o CEASA-PE dispensou o corpo técnico das suas atividades administrativas, impossibilitando um possível apoio do corpo administrativo para realização das visitas e da coleta de informações técnicas que poderiam surgir durante o campo.

Essa decisão inviabilizou as visitas previstas no calendário para a realização das entrevistas presenciais durante todo o primeiro semestre de 2020. Contrariando a previsão de coleta presencial das informações junto aos atores e acompanhamento das rotinas de comercialização nos galpões, fez-se necessária a inserção de novas formas de abordagem virtual para obtenção das informações necessárias ao cumprimento dos objetivos propostos neste trabalho. O *WhatsApp* foi o meio mais importante para o recrutamento dos agricultores e para a das entrevistas.

Os participantes da pesquisa na Feira de Orgânicos foram escolhidos mediante a consulta do cadastro de produtores disponibilizado pela Diretoria Técnico-operacional dos Mercados (DETEC) do CEASA-PE. O cadastro incluía 30 agricultores inscritos como participantes da Feira de Orgânicos. Adicionalmente, a navegação pelo site oficial do CEASA-PE permitiu acessar uma lista pública atualizada, contendo o contato de 14 agricultores, dentre os 30 feirantes cadastrados. Esta lista facilitou o contato entre a pesquisadora e agricultores da Feira de Orgânicos durante a quarentena.

Realizamos um primeiro contato, via *WhatsApp*, com os 14 feirantes da lista. Destes, 11 pessoas confirmaram a sua participação na feira, no período da pesquisa,

² As visitas acompanharam o horário de funcionamento dos galpões: A CECAF funciona de segunda-feira e sexta-feira, das 23:00 às 15:00. Por sua vez, a Feira de Orgânico acontece às quartas feiras, de 3:00hs às 7:00 horas.

enquanto os demais afirmaram que não estariam integrando a feira naquele período. Tentamos, a princípio, realizar integralmente as entrevistas de forma virtual, por meio de perguntas via áudio. Entretanto as respostas recebidas, pela sua superficialidade, não atenderam a contento aos propósitos da pesquisa, obrigando-nos a utilizar esse material apenas de forma complementar.

Após essa primeira aproximação virtual, realizamos um processo de acompanhamento e observação de todas as etapas de organização e de funcionamento da Feira de orgânicos no galpão Reciflor, onde essa feira está instalada. Todos os cuidados para resguardar o isolamento social foram tomados, ainda que, em todo o decorrer da pesquisa, o risco e medo de uma possível contaminação definissem as circunstâncias de operacionalização da pesquisa. Nesse contexto, foram realizadas oito visitas, entre a segunda quinzena do mês de março e a primeira quinzena do mês de junho de 2020.

Durante essas visitas, foram entrevistados onze feirantes, abrangendo o conjunto de agricultores que comercializa na feira. As entrevistas ocorreram durante o horário comercial da feira, entre 03h00min e 07h00min, com a utilização de registro em áudio. Para tanto, foi preparado um tópico – guia, abrangendo o seguinte roteiro: a trajetória do entrevistado no mercado orgânico, os seus conhecimentos/estratégias em torno da produção e comercialização; as relações institucionais das quais participa; as suas articulações sociais e as possibilidades de tomadas de decisão (APÊNDICE A). Destaca-se a inclusão, neste roteiro de entrevista, de indagações acerca dos impactos da pandemia e das novas estratégias elaboradas para lidar com tais circunstâncias.

Um diário de campo com o registro das atividades cotidianas da Feira de Orgânicos, nos moldes etnográficos, acompanhou todo o desenrolar da pesquisa. Tal como sublinha Bauer, Gaskell e Allum (2002), o pesquisador deve ter capacidade de ver através dos olhos daqueles que estão sendo pesquisados, captando as interpretações que os atores sociais possuem do mundo, bem como o comportamento motivado por estas interpretações. Foi possível acompanhar, ainda, os processos de interação entre os agricultores e os outros agentes (individuais ou grupais) durante o desenrolar da feira.

Para a pesquisa de campo na CECAF, prevíamos entrevistar os trinta e quatro agricultores comerciantes participantes do estudo realizado neste galpão em 2017, como forma de apresentá-los dentro de um esforço comparativo aos participantes da Feira de Orgânicos.³ O retorno ao galpão possibilitava a ampliação e aprofundamento da compreensão sobre a agricultura familiar ali presente e sobre as instituições diretamente envolvidas com a dinâmica local. O recorte metodológico envolvendo os dois galpões nos permitia distinguir aspectos que gravitam em torno da padronização e da diversificação presentes em uma miríade de práticas produtivas, mercantis e de institucionalidades, envolvendo atores sociais diversos.

Entretanto, por conta das circunstâncias já apontadas, a estratégia de pesquisa na CECAF foi completamente reformulada, por conta do elevado número de permissionários – cerca de 294 autorizados pelo CEASA-PE – acrescido do grande contingente de transeuntes que comumente movimenta este galpão⁴. Ainda que o CEASA-PE tenha organizado medidas protetivas durante o isolamento social, o aglomeramento de pessoas neste lugar nos levou a optar por retomar e revisar os achados do estudo realizado em 2017, incluindo-os na análise.

Além disso, algumas entrevistas foram realizadas de forma remota com aqueles interlocutores da CECAF já contatados desde 2017. Assim, foi possível incluir quatro entrevistas, sendo: dois agricultores comerciantes participantes da pesquisa anterior (uma agricultora e um agricultor); uma antiga gestora da CECAF integrante da União Nacional de Cooperativas da Agricultura familiar e Economia Solidária (UNICAFES-PE); e um integrante da Associação Brasileira de Centrais Atacadistas (ABRACEN).

Para a realização destas entrevistas, foi solicitada a permissão para enviar perguntas via áudio, de modo que também pudesse recebê-las de volta por esse mesmo meio. O nosso intuito era o de registrar as falas, garantindo a espontaneidade

³ O material inicialmente produzido sobre a CECAF contou com 39 entrevistas, das quais 34 foram realizadas com agricultores comerciantes, 3 (três) com assessores rurais que participaram da implementação da CECAF; 1 (um) com um dirigente de uma Cooperativa agrícola e o último com o gerente da central que administra todos os galpões. A amostra dos agricultores partiu de um universo de 294 feirantes agrupados em 222 homens e 3 mulheres que compõem as fichas cadastrais elaboradas pelo Departamento Técnico-Operacional (DETEC/CEASA-PE), em 2016. Destes, os agricultores correspondiam a um número de 140 pessoas, representando 62% do galpão, subdivididos entre duas subcategorias: 71 agricultores produtores e 69 agricultores comerciantes.

⁴ Em Moraes (2017), registra-se que o CEASA-PE contava com 294 permissionários atuando na CECAF.

das respostas. O tópico-guia dessas entrevistas foi o mesmo aplicado para os agricultores orgânicos, incluindo, como nas demais, as estratégias estabelecidas para manutenção da atividade comercial durante a pandemia (APÊNDICE B). Tal procedimento somou-se a outro momento de inserção presencial ao campo, depois da retomada das atividades, após a quarentena imposta pela COVID-19. Por fim, os dois agricultores comerciantes participantes da pesquisa foram visitados no galpão da CECAF, em duas ocasiões distintas, momentos em que pôde ser também realizado o os registros fotográficos da Feira de Orgânicos.

O conjunto dos dados que compõe as narrativas das pessoas entrevistadas foi identificado nesta tese através das sílabas iniciais que compõem o nome dos agricultores e agricultoras, com o intuito de preservar a sua identidade. No tratamento analítico dos dados desenvolvido entre 2021 e 2022, os depoimentos foram transcritos e organizados com base na análise de conteúdo de Bardin (1977), por eixo temático. Nessa direção, recortes das falas dos entrevistados foram agrupados a partir dos temas de interesse da pesquisa, gerando as sessões que expressam a expertise dos entrevistados em torno da comercialização.

Além disso, realizamos uma pesquisa documental, por meio da consulta de planos de trabalho do CEASA-PE, relatórios técnicos, decretos governamentais e outros dados institucionais disponíveis publicamente na forma de documentos eletrônicos públicos, em páginas eletrônicas oficiais do Prohort/CONAB, da Associação Brasileira das Centrais Atacadistas (ABRACEN) e do CEASA – PE⁵. Particular atenção foi dada ao Regimento de mercado do CEASA-PE, que dispõe sobre a regulação dos galpões analisados e ao Plano de Modernização das CEASAS de 2012, que divulga um panorama geral das principais centrais de abastecimento e um quadro sobre o cenário de atendimento aos produtores rurais.

⁵ O material da ABRACEN abrangeu as seguintes Centrais: Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP); - Central de Abastecimento Campinas S. A. - Central de Abastecimento de Juazeiro; (CEASA/BA); - Central de Abastecimento de Ceará; (CEASA/CE) - Central de Abastecimento do Distrito Federal (CEASA/DF) - Central de Abastecimento de Caruaru, (CEASA/PE); - Central de Abastecimento de Recife; (CEASA/PE), - Central de Abastecimento do Rio de Janeiro (CEASA/RJ), - Central de Abastecimento do Natal Rio Grande do Norte (CEASA/RN), - Central de Abastecimento do Rio Grande do Sul (CEASA/RS) - Central de Abastecimento do Estado de Santa Catarina (CEASA/SC).

Foi necessária a incorporação da discussão sobre alimentação e serviços essenciais para justificar o funcionamento do sistema atacadista, em meio ao colapso do isolamento social. Esse panorama chamou a atenção para a necessidade de se incorporar, como objeto da pesquisa, o registro da forma como ocorreu a manutenção destes serviços nos galpões. Então, a leitura de boletins informativos da Organização para a Alimentação e Agricultura das Nações Unidas (FAO) junto à Federação Latino Americana de Mercados Atacadistas, também serviu como fonte permanente de atualização da dinâmica dos mercados atacadistas. Na mesma direção, as medidas tomadas pelo CEASA-PE para controle da propagação da COVID-19 e manutenção do abastecimento dos galpões estudados foram consultadas em materiais institucionais disponíveis publicamente na página eletrônica oficial desta Central.

Visando o desenvolvimento de um quadro teórico pertinente à Sociologia da Agricultura e a Sociologia dos Mercados, elencamos como temas pertinentes para esta discussão as estratégias mercantis da agricultura familiar e sua diversidade social e territorial; a relação estrutural entre os Estados neoliberais e os mercados globais de *agri-food*, em especial das frutas, legumes e verduras (FLV); a governança nas relações econômicas no sistema atacadista no Brasil, entre outras questões adjacentes.

Para tanto, localizamos, no âmbito da literatura, alguns estudos que se colocam na seara da Sociologia da Agricultura, promovendo uma análise sobre a reprodução social da agricultura familiar em face da modernização do *agri-food*. Essa análise é complementada com uma bibliografia que permite um diálogo entre a Sociologia Econômica e a Sociologia Rural, na análise do abastecimento alimentar. Os estudos que abordam a relação entre ordenamento das Centrais atacadistas e instituições sociais contribuem para subsidiar a análise. Por fim, o cenário da pandemia, nos levou a incluir uma literatura sobre a inserção de novas modalidades de mercados digitais por parte da agricultura familiar, destacando a emergência de ações públicas para a manutenção do abastecimento alimentar e do trabalho deste setor.

1.4 Estrutura dos capítulos

Além desta introdução e do capítulo que apresenta as considerações finais, o texto da tese foi estruturado em cinco capítulos, assim descritos: o primeiro capítulo se debruça sobre algumas perspectivas sociológicas para a análise dos mercados atacadistas e sua relação com a agricultura familiar. O tema foi abordado com base na noção de construção social e de ordenamento dos mercados. Nessa seara, também se insere a abordagem dos sistemas agroalimentares (SAG) e dos sistemas agroalimentares localizados (SIAL). No seu conjunto, esses temas foram debruçados à luz da Sociologia Econômica e da Sociologia da Agricultura, com trabalhos que destacam as estratégias econômicas dos mercados da agricultura familiar em sua diversidade de estratégias. Por fim, o capítulo também remete ao lugar da agricultura familiar nas cadeias de abastecimento agroalimentares do Brasil, ao revisitar a literatura voltada às políticas públicas de comercialização da agricultura familiar no Brasil.

No segundo capítulo, apresentamos a posição dos mercados atacadistas no sistema agroalimentar, por meio do seu quadro institucional, sua tipologia e atuação voltada para a agricultura familiar, utilizando os dados elaborados pela FAO junto à Federação Latino-Americana de Mercados Fornecedores (FLAMA). Este capítulo também contemplou o tema da distribuição de FLV nas Centrais de abastecimento brasileiras, situando as características estruturais do sistema CEASA nos moldes atuais, assentado nos materiais públicos da Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB) e da Associação Brasileira de Centrais Atacadistas (ABRACEN).

No terceiro capítulo, apresentamos o aparato regulatório da inserção da agricultura familiar no CEASA-PE, elencando os mecanismos regulatórios formais que gravitam em torno das condições de participação desses grupos na Central. Nesse momento, a Central de Comercialização da Agricultura familiar – CECAF foi analisada por meio da apresentação de sua composição social, das organizações sociais dos agricultores participantes e das regras de ocupação deste espaço. O capítulo apresenta também como se dá a formação de preço e a qualidade dos produtos comercializados na CECAF. Por fim, são discutidos os impactos da pandemia no CEASA-PE/O.S

A composição social da Feira de Orgânicos do CEASA-PE, as organizações sociais dos agricultores participantes, as regras de ocupação deste galpão, a formação de preço e o controle da qualidade dos produtos orgânicos são descritas no quarto capítulo. Aqui também são contemplados os achados sobre os impactos da pandemia da COVID-19 para agricultores da Feira de Orgânicos.

No quinto capítulo, foram, finalmente, retomados os principais pontos sobre o abastecimento CECAF, contrapondo-os aos processos vivenciados no abastecimento e comercialização da Feira de Orgânicos do CEASA-PE. Também foram descritas e analisadas as concepções dos agricultores da CECAF e da Feira de Orgânico sobre suas práticas, entre outros achados que surgiram no campo e que compõem os aspectos subjetivos dos agricultores entrevistados. A descrição dos impactos da pandemia para os entrevistados da CECAF finaliza esse capítulo, que é seguido do capítulo das considerações finais, onde são elencados os principais achados da pesquisa e sugeridos os pontos passíveis de serem analisados no futuro, encerrando o trabalho.

CAPÍTULO II - PERSPECTIVAS SOCIOLÓGICAS PARA ANÁLISE DOS MERCADOS ATACADISTAS E DA AGRICULTURA FAMILIAR

Na tentativa de situar uma compreensão sobre a relação entre os mercados de frutas, legumes e verduras (FLV) e a agricultura familiar, este capítulo se debruça sobre um conjunto de estudos localizados na Sociologia Rural e que tem dialogado com a perspectiva teórica da Sociologia Econômica.

Parte desta bibliografia permite entender esta relação por meio da observação dos processos sociais de construção de novos mercados pelos próprios agricultores, reagindo às transformações do cenário global. Por sua vez, outros estudos propõem uma análise mais voltada para os laços e contratos sociais que se movimentam nos mercados, configurando uma variedade de redes que os sustentam; posições sociais que os configuram; instituições que os regulam; performances técnicas que os formatam. Essas abordagens têm permitido à literatura especializada em mercados da agricultura familiar elencar as questões culturais e políticas que posicionam os agricultores nos negócios, por meio de um conjunto de valores culturais comumente compartilhados (CASSOL, SCHNEIDER, 2021).

Interessada em entender os processos históricos e sociais que levam à possibilidade de realização das transações econômicas, essa literatura se pauta na noção de construção social da vida econômica. Tal interpretação permite evidenciar uma diversidade de contextos que estão além de uma questão puramente racional e utilitarista das trocas econômicas, baseada no auto interesse dos indivíduos.

O modelo estruturante deste pensamento está na Antropologia Econômica de Polanyi (1945), inaugurando a ideia de que, por definição, o mercado é uma instituição das sociedades humanas. Para Polanyi, as distintas sociedades, historicamente, organizam o mercado em torno de outros aspectos, não econômicos, de natureza cognitiva, alicerçados cotidianamente e que se apresentam de uma maneira não uniforme.

Com efeito, uma literatura especializada tem avançado nesta discussão, dando conta de uma infinidade de agentes econômicos, desde produtores, firmas e instituições para a compreensão da dinâmica dos mercados. Os agentes econômicos são

confrontados com problemas de coordenação e, por isso, engendram um conjunto de papéis que são reproduzidos para sua estabilidade. Dessa forma, ocorre a influência de outros indivíduos a se engajarem em um determinado comportamento competitivo ou cooperativo (FLIGSTEIN, 2007).

A noção de mercados como instituições leva Fligstein (2007) a avaliar que a forma como os mercados vão se subdividir internamente corresponde à maneira como os agentes estão apartados, sobrepostos, integrados ou combinados socialmente. Nesse contexto, localizam-se os mecanismos geridos em coligações e acordos institucionais (conselhos, diretorias, associações) para a definição de critérios de operações e disseminação de soluções (contratos, regimentos, leis, regras, normas, etc.).

No caso dos estudos rurais, verifica-se que os mercados da agricultura familiar constituem organizações sociais, cuja personificação de vínculos e regras de convivência é a base material da sua estrutura. Esse movimento inclui mecanismos que coexistem, sendo que ora são permeados de valores monetizáveis e quantificáveis, ora permeiam valores relacionais e territoriais, tais como a tradição rural, a reputação, a confiança comunitária, a colaboração e a competição (MARQUES, CONTERATO, SCHNEIDER, 2016).

Verifica-se que o auto interesse dos agricultores vem sempre guiado pelos interesses em conviver socialmente, isto é, eles tanto desejam estar no mercado como desejam estar em qualquer instância da sua vida social (ABRAMOVAY 2007). A troca de mercadorias é apenas um dos mecanismos econômicos, dentre tantos outros e, a reciprocidade, a maior manifestação da força da tradição camponesa (SABOURIN, 2009).

Com o processo do desenvolvimento econômico da sociedade capitalista, o mercado assume-se, efetivamente, como a sua estrutura principal, enquanto as outras relações não são mais consideradas como elemento central mobilizador dos indivíduos (POLANYI, 1945). Nesse contexto, destaca-se a transformação, ainda em curso, dos vários dispositivos sob a requisição de padrões global, afetando a agricultura familiar inserida nesta distribuição (CAVALCANTI, 2004).

2.1 Abordagem da construção social e ordenamento dos mercados

Por definição da economia neoclássica, o mercado *spot* (face a face) é o local primordial onde as transações convergem em termos de preferências, expectativas e escolhas, com escalas de preferência e de qualidade. A troca comercial, por sua vez, é o elemento que possibilita um retorno maior do que aquele momento da produção da mercadoria, gerando não apenas o recurso em distribuição, como também o adicional na forma de lucro (SMELSER, SWEDBERG, 2005).

Na perspectiva econômica, o elemento da previsibilidade é uma característica fundamental para os mercados, em termos de uma estabilização aleatória das expectativas mútuas, entre ofertantes e demandantes. A Nova Sociologia Econômica (NSE), entretanto, não se contenta com essas explicações, verificando que se trata de um reducionismo analítico sobre a transação, como relação social. Isso acontece porque esses mecanismos de preço não operam sozinhos ou imunes aos mecanismos sociais determinados por outros aspectos culturalmente relevantes. Assim, as escolhas são estáveis enquanto durarem as referências sociais do contexto em que os atores estão inseridos.

Mesmo que o mercado requeira uma previsibilidade, vai sempre gerar assimetrias, pois é fundamentalmente dinâmico e não linear, passando por ao menos três fases que necessariamente proporcionam encaixes e desencaixes de agentes no mercado (a emergência, a estabilidade e a crise) (FLIGSTEIN, 2007).

Para lidar com a instabilidade, existe uma cadeia de comando, compreendida por meio da noção de governar, como garantia de que os agentes econômicos irão seguir a forma considerada eficiente, envolvendo menores custos de agência. Isso implica em um processo institucional de compartilhamento de um conjunto de maneiras e normas.

Os padrões globalmente determinados não se revelam nas lógicas práticas dos agentes porque não ocorre para os mercados a forma eficiente ou ineficiente a se seguir. A regulação consiste na corporificação dos valores e dos costumes que conferem sentido às práticas sociais dos agentes dominantes, resultando em modelos normativos.

Ainda, uma pluralidade em torno da organização dos mercados se manifesta em um número potencialmente ilimitado de setores ou forças compreendidas como “campos” (FLIGSTEIN, 2007), dentre os quais os agentes econômicos e o Estado

trazem consigo as estruturas mentais que vão redefinir as hierarquias e conexões que afetam o comportamento dos envolvidos. Uma característica central dessa dinâmica é a autoridade no mercado. Comumente representada por agentes estatais, ou grupos de interesse, a autoridade se ocupa em gerar as possibilidades de distribuir e alocar os recursos dentro da estrutura social.

Trata-se, então, da formação das instituições de mercado como um constante processo de coalizões políticas que decidem localizar quais termos serão localmente legitimados e, portanto, quais serão deslegitimados, banido ou excluídos. Surge, então, um problema essencial que diz respeito à questão dos mecanismos do mercado, ou sobre como emerge a ordem de determinados mercados. Nesse sentido, o problema dos mercados é um problema de coordenação, isto é, de compreender como a coordenação realmente ocorre e como é que a ordem emerge articulando os interesses discrepantes e coordenando as interações na solução de interesses discrepantes.

Por sua vez, Garcia Parpet (2003) voltada para uma experiência francesa de mercado atacadista, mostra que, mesmo sendo fortemente dominado por atacadistas e operado via modernos dispositivos eletrônicos, este mercado passou por um processo de mudança estrutural consequente da mobilização dos produtores rurais para atendimento às suas próprias concepções sobre mercado.

A consolidação de um quadro de referências dos mecanismos operacionais dos mercados está sob forte influência das possibilidades de se comprometer as relações pessoais e políticas ali existentes. Apesar dessas evidências, a noção econômica de equilíbrio e de eficiência foi bem sucedida entre os organizadores dos mercados atacadistas. Nesse contexto, a concorrência é considerada positiva quando gera possibilidades de ganho além do elaborado.

2.2 Globalização da agricultura e a inserção da agricultura familiar nos mercados de larga escala

Configurando um mecanismo de geração de renda que articula produção, criação e venda, o mercado é um sustentáculo da reprodução social do campesinato, resultando em “um conhecimento detalhado e renovado semanalmente [...] nas várias

praças de mercado – nas feiras e CEASAS, em todo o território nacional [...] adquirido pelo exercício das atividades de negócio” (GARCIA JR., 1989 p. 122).

A esse respeito, Sabourin (2009) identifica entre os camponeses nordestinos, que uma flexibilidade própria da racionalidade econômica permite ao agricultor se retirar do mercado sem comprometer sua reprodução social. No cerne dessa questão está a constatação de que, paralelo à venda, a produção camponesa mobiliza outras formas de manutenção da vida econômica, por meio do destino dos produtos para autoabastecimento, doações e redistribuição interfamiliares.

Na mesma direção, Garcia Parpet (1984) identifica que a ida do agricultor à feira não se dá apenas para negociar um determinado produto, mas também para ver, isto é, observar a produção que abastece os centros urbanos ou outras regiões do Brasil, ou, até mesmo, outros países. Nesse sentido, há, no conjunto da movimentação das feiras, um processo de aperfeiçoamento de um conhecimento sobre como os mecanismos de mercados funcionam.

Para aqueles que acessam os mercados globalizantes de natureza capitalista, a adaptação não determinou o desaparecimento das lógicas do campesinato, mas, desembocou em um processo de diferenciação social apontado por Wanderley (2009). Nessa direção, Abramovay (2007), indica, num estudo comparativo entre Brasil e EUA, que no campesinato, “caso o mercado não esteja propício, o objetivo central da família não estará fatalmente comprometido”. Entretanto, ao envolver-se no mercado global, o camponês perde os mecanismos de prestação social determinados localmente e a competição e eficiência tornam-se a norma.

Particular atenção merece o destaque de Wanderley (2011) à capacidade histórica de adaptação dos agricultores brasileiros às sucessivas reestruturações das políticas governamentais, que decorrem de uma polarização científica e política sobre o desenvolvimento rural do país. Nesse contexto, de um lado, está o modelo setorial e industrial dominante e marcado por minimizar as dinâmicas internas e plurais do meio rural. De outro, o modelo territorial resultante das lutas dos movimentos sociais, que legitima as economias e ecossistemas locais e as relações comunitárias.

Apesar disso, a literatura tem ressaltado que não convém sinalizar as posições no mercado em termos dicotômicos e evolutivos, como pequenos que terminam grandes

ou modernos (SABOURIN, 2009; MARQUES, CONTERATO, SCHNEIDER, 2016). Mais atual é a transformação social marcada pela entrada das frutas, verduras e legumes (FLV) no mercado de exportação que reorganizou as relações de trabalho e de consumo, sob a égide do mercado neoliberal do setor *agri-food* (BONANNO, WOLF, 2018). Esse processo está assentado, segundo Bonanno e Wolf (2018), em forças ligadas ao poder do grande capital de empresas que se dispersam globalmente.

Ainda, para o autor, essas empresas utilizam o Estado para aumentar e desmontar “seus próprios instrumentos regulatórios em nível local, regional e nacional”, moldando o sistema agroalimentar. Nessa perspectiva, a estratégia não é globalizar, mas explorar os espaços de forma a reforçar o papel das grandes corporações no jogo competitivo de disputa por espaços para conversão das comunidades locais em consumidores globais (BONANNO, WOLF, 2018).

O trabalho de Cavalcanti (1997) sobre a relação entre a globalização da agricultura de frutas e os territórios de produção no nordeste brasileiro identificou que elevados níveis de eficiência e legislação detalhada dos novos padrões de qualidade aumentaram a pressão sobre as zonas de produção de frutas de Pernambuco. Impulsionados pelos sistemas de inspeção de qualidade, os agricultores sujeitam-se a atividades que tornam suas vidas dependentes de demandas incongruentes ao pertencimento territorial e aos laços comunitários.

Sobre essa questão, Cavalcanti (2004) e Cavalcanti e Dias (2015) identificaram que a globalização dos processos produtivos em torno dos alimentos frescos coloca as dinâmicas locais para operarem em um maior ritmo de inovações tecnológicas, sob um discurso de maior integração entre dinâmicas locais e globais. Os autores avaliam que esse processo ainda gera um desequilíbrio entre a ênfase na qualidade dos produtos e a diminuição da qualidade de vida dos trabalhadores da fruticultura.

Tema de preocupação de Wilkinson (2008), a imposição de exigências em termos de classificação e logística para responder a parâmetros dos mercados globais afetou a produção de leite do Sul do Brasil. O autor verificou que a qualidade dos produtos exige altos níveis de qualidade e volume, que pode extrapolar a extensão e os tipos de laços em que os agricultores estão inseridos, como também pode colidir com a construção

identitária que cria a seu próprio respeito. E, nesse contexto, a figura do atravessador se faz preponderante é-no supermercado e na agroindústria.

Outros estudos sobre a horticultura na Argentina mostram o quanto não se uniformiza a produção rural pelas virtudes do mercado e pelas virtudes dos processos de transformação tecnológica (PEDREÑO CÁNOVAS, 2001). Os mercados globais vêm submetendo às populações rurais às suas determinações, engendrando novas práticas culturais, no sentido de incorporarem inovações sobre tipos de rastreabilidade, embalagens, certificações entre outras formas de controle.

Esses estudos mostram que há outra globalização em curso, que coloca como fenômenos paralelos a lógica comercial e a lógica doméstica, desembocando em práticas cada vez mais diversificadas, operando distintas dinâmicas institucionais e de acumulação de capital. Assim, as dinâmicas econômicas imbricadas em torno das práticas e das lógicas econômicas no mercado de FLV geram uma inter-relação entre global e local (CAVALCANTI, 2004), e hibridismos das escalas (MALUF, LUZ, 2017).

Esses mercados passaram a oferecer uma nova dieta contemporânea, com destaque à valorização de produtos naturais, artesanais e orgânicos (BUSCH, 2018; 2020). Com isso, os alimentos comumente produzidos pela agricultura familiar ganharam destaque, tornando-se um setor bastante promissor. No entanto, o mercado de orgânicos tem seguido a régua dos padrões globais, o que Busch (2018) designa como cooptação do apelo estético dos produtos com características associadas à agricultura sustentável. Essa ampliação tem gerado uma reação dos movimentos agroecológicos, passando a considerar os mercados e os produtos sustentáveis como espaços de lutas por reconhecimento (NIEDERLE, RADOMSKY, 2017).

Sobre essa questão, Niederle e Radomsky (2017), direcionando-se para agricultores orgânicos do Sul do país, avaliam que a instituição de aparatos técnicos deste tipo de produto gerou uma oposição entre uma lógica particularista e generalista da produção e comercialização. Na primeira, há a defesa do uso de selos a produtos estreitamente associados às identidades territoriais, enquanto a segunda aposta numa ampla homogeneização e disseminação desses produtos pelos nichos agroindustriais.

Direcionando-se para os aspectos da convencionalização dos produtos orgânicos do Sul do país, Niederle e Radomsky (2017) observaram que muitos dos atributos

territoriais que os qualifica como orgânicos resultam da consolidação dos agricultores que renunciaram a mecanismos incongruentes ao cenário de diversidade social e comunitária que lhe cercam. Segundo os autores, isto acontece quando os modelos constitutivos dos aparatos técnicos passaram a ser manejados como armas discursivas das associações e cooperativas para comunicar valores impressos no dinamismo local da comunidade e da sua história. Nesse sentido, a própria institucionalização de rótulos e embalagens para mercadorias revela conflitos valorativos em torno das suas narrativas sobre os processos produtivos.

Ciente destas requisições, a literatura aponta que, para a agricultura familiar manter-se competitiva neste universo de comercialização extremamente competitivo precisa investir em inovações no campo tecnológico e organizacional de ação coletiva, privilegiando, nesse contexto, a criação de cooperativas. É nesse sentido que o cooperativismo agrícola é identificado como uma estratégia eficiente de organização dos produtores e de sua inserção, de forma competitiva, nos diversos mercados (PIRES, 2004).

Em um estudo comparativo entre Brasil e Canadá, Pires (2018, p. 193) identificou que o cooperativismo agrícola, por meio de uma gestão eficiente, tem se constituído como um instrumento estratégico dos associados, revelando formas diversas de inserção nos mercados, sendo capaz de responder aos apelos globais, “adaptando-se à crescente sofisticação dos hábitos alimentares”.

Em outro momento, referindo-se às montanhas cévenoles francesas, essa autora chama a atenção para a importância do cooperativismo em áreas desfavorecidas, em termos econômicos e infra-estruturais. Nesse contexto, como admite, o cooperativismo se constitui como um elemento essencial para agricultores familiares “vitimados por distâncias consideráveis dos centros de distribuição dos produtos, custos operacionais elevados e com dificuldades de infraestrutura” (PIRES, 2011 p. 18). Ao que complementa: “Dentro da pluralidade de situações que envolvem, o cooperativismo permanece animando os negócios no mundo rural [...], potencializando os negócios dos produtores” (PIRES, 2018, p. 193).

Com efeito, à medida que os agricultores vão ampliando o acesso a mercados, desenvolvem diferentes escolhas e decisões no processo de venda. Nesse contexto, a

existência ou não dos intermediários e as características do produto, como o grau de perecibilidade, por exemplo, vão definir o resultado econômico de todo o processo envolvido na cadeia produtiva (WAQUIL, MIELE, SCHULTZ, 2010).

A articulação entre essas cadeias e os atores envolvidos revela uma diversidade de arranjos e escalas, configurando as características dos sistemas agroalimentares e tem incidência no modo como os mercados vão se consolidar para os agricultores familiares.

2.3 Sistema agroalimentar (SAG) e a insurgência dos sistemas agroalimentares localizados (SIAL)

Dado a sua importância humanitária e econômica, o tema dos sistemas agroalimentares (SAG) compõe, grosso modo, um vasto campo de investigação das Ciências Sociais, evocando uma análise crítica à produção de alimentos em sistemas com forte domínio de agentes privados e organismos de Estado (NIEDERLE, WESZ, 2018).

Os SAG figuram em um conjunto complexo de setores econômicos agrupados entre distintos bens e serviços. O setor comercial de frutas, verduras e legumes (FLV) engloba o ramo da compra, venda e precificação, conectando, nos moldes do atacado e varejo, os atores sociais que atuam nessa distribuição. Nesse cenário, estabelece-se uma conexão, em maior ou menor grau, entre "produtor- intermediário-atacadistas-varejista-consumidor" (WAQUIL, MIELE, SCHUTZ, 2010). O comprimento de um canal de comercialização resultará, então, das particularidades inerentes ao atacado e varejo e dos comportamentos dos atores sociais envolvidos.

A presença do atravessador na cadeia pode trazer vantagens, possibilitando a redução dos custos, a regularização do fluxo da oferta e os ganhos de produtividade. Por outro lado, traz desvantagens quando não agrega valor ao produto ou proporciona margens muito elevadas de preço em função do serviço prestado. A escolha pelos aportes técnicos relacionados à quantidade, fluxo, montagem, manuseio,

processamento, embalagem, transporte, armazenamento, mesmo para as FLV que são alimentos não processados, vai configurar o que se denomina de governança⁶.

A governança em um SAG funciona por meio de coligações de diferentes níveis hierárquicos, dentro das quais os atores interagem e coordenam suas ações para alcançar eficiência, controlar os custos de transações, os preços e não perder competitividade.

Esses setores operam em cadeia, por meio da ação da mediação, na busca de atender a demanda por determinados produtos agropecuários em uma dada dimensão geográfica. Nesse sentido, o abastecimento alimentar não é sinônimo de um único setor, mas tal como define Maluf e Luz (2017), de uma dinâmica de múltiplas escalas, que promovem a integração das dinâmicas regionais, locais ou territoriais dos SAG.

Aqueles que elegem os canais que contam com um intermediário vinculam-se às dinâmicas locais dos varejistas, pequenos mercados e frutarias, enquanto, no seu extremo, aqueles que dispõem de três ou mais intermediários, conectam-se às agroindústrias, aos mercados de exportação e as grandes CEASAS (BRANDÃO, SCHNEIDER, ZEN, SILVA, 2020). Nesse contexto, os agricultores se beneficiam com as vantagens introduzidas pela estruturação do SAG, como as infraestruturas de acesso das estradas, concentração de equipamentos de armazenagem e a distribuição pelas Centrais (GELBCKE, SILVA, ROVER, 2020).

Sobre a participação dos agricultores nessas estruturas, Brandão et. al., (2020) chamam a atenção para o jogo competitivo em torno do espaço de acumulação de investimento para obtenção de seu retorno, por meio do repasse das mercadorias. Ainda, a escolha pelas Centrais como fonte de escoamento é pautada em duas disposições principais para que justifique o envio de excedentes para os municípios onde se localizam essas estruturas: a presença de Centrais na sua região e a produção em larga escala.

Algumas outras formas de comercialização e mercados têm se colocado como alternativas aos SAG de larga escala. Nesse contexto, destacam-se um subconjunto de um campo maior, os Sistemas Agroalimentares Localizados (SIAL), que correspondem

⁶ Ver em Zylberstajn (1995).

a uma abordagem baseada no empoderamento, capacitação do produtor rural de criar sistemas produtivos de qualidade e alternativas às estratégias de desenvolvimento rural. Esses valores partem de um novo modelo de desenvolvimento, que busca distinguir-se dos SAG, por meio da disseminação de mercados de proximidade.

De acordo com Maluf e Luz (2017), não há exatamente uma disputa entre os dois modelos, mas uma coexistência entre ambos. A agricultura familiar e o agronegócio são dois setores consolidados e reconhecidos que colidem com o tempo todo, no processo do abastecimento alimentar. O sistema agroalimentar global se articula com o nacional, que, por sua vez, integra dinâmicas regionais, locais ou territoriais. Importante é localizar como eles se articulam a partir de uma natureza distinta em relação às formas de governança, preço, mecanismos de distribuição e impactos gerais.

De outra forma, os autores os distinguem segundo a composição própria dos custos e arranjos operacionais do ponto de vista ambiental e social. No SIAL, o custo ambiental e social é uma escolha. No SAG de larga escala, o custo social e ambiental é menos considerado e o Estado vem subsidiando os que produzem para exportação e com base na monocultura.

Ainda para Maluf e Luz (2017), deve-se considerar a existência de múltiplos SIAL e SAG, para que se possa compreender as interconexões e os multi-escalamentos presentes no abastecimento alimentar. Propõem, então, a eliminação do binarismo entre grandes e pequenas escalas, em função da coexistência entre as múltiplas escalas e a pluralidade de sistemas.

A configuração atual dos SAG mostra essa constante transformação e hibridismo, quando se observa as tendências à valorização do local em diversos modelos produtivos vinculados ao *quality turn*, a partir dos anos 2000 (GOODMAN, 2002). Isso levou os mercados voltados essencialmente para a competitividade, preço e escala a colocarem valores e metas sociais e ambientais internalizados na dinâmica econômica, em atendimento a nova dieta dos consumidores, mais voltada a esse tipo de alimento. Como admite Busch (2018), as corporações do setor *agri-food* passam a apostar na informação sobre processos ambientalmente sustentáveis e dos valores dos territórios de origem dos produtos, mais do que dos preços.

É nesse contexto que a demanda por alimentos orgânicos vem crescendo no país e no mundo e as questões ambientais estão na ordem do dia, especialmente em relação à observância das exportações que obedecem a requisitos ambientais. Sobre essa questão, Niederle e Wesz Jr. (2018) definem como ordem cívica e ordem estética os mecanismos em torno da configuração do sistema agroalimentar que incluem esses alimentos.

A ordem cívica aposta no poder da sociedade em rede e nas formas diferentes de sociabilidade e percepção de bens coletivos. Na ordem estética, o mercado de alimentos orgânicos está passando por um processo de convencionalização e oligopolização. Nesse contexto, a população é conduzida a acreditar nos valores oriundos da indústria (BUSCH, 2018).

Isso tem permitido a estruturação de novas definições de qualidade e encurtamento das cadeias, dando origem às abordagens que colocam os mercados locais como o lugar de excelência aos agricultores. Assim, a venda direta tem sido predominante entre os agricultores familiares, reduzindo custos sociais e ambientais (DAROLT, ROVER, 2021).

Essa modalidade também resolve o problema de exclusão daqueles que não possuem cultivo em larga escala, e que se situam em municípios com considerável distância geográfica. Somado a isso, está o fato de que favorece a comercialização de produtos com alta perecibilidade. Tais produtos dependem de um arranjo de distribuição mais eficiente e ágil, forçando-os a limitar suas vendas a escala local (BRANDÃO, SCHNEIDER, ZEN, SILVA, 2020).

Eis a razão pela qual as tradicionais feiras constituem a porta de entrada dos agricultores familiares nos circuitos curtos. Segundo Darolt e Rover (2021), esse tema ganhou evidência nas discussões ligadas aos “Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas (ONU)” no período de pandemia da COVID-19, quando os consumidores se tornaram mais vigilantes sobre a importância de se conhecer a origem dos seus alimentos. Nesse cenário, as lojas e o e-commerce tornaram-se promissores, sobretudo, durante o isolamento social.

Os autores verificam que essas modalidades permanecerão nos próximos anos, porque apresentam maior comodidade aos consumidores e preços inferiores aos dos

supermercados. Da mesma forma, esses formatos de mercados chamaram a atenção da literatura, ao permitirem muitos tipos de intermediários entre eles, o que pode levar ao desengajamento do negócio.

A influência dos sistemas de certificação e outros dispositivos de rastreabilidade, bem como atributos culturais, também agregam complexidade ao trabalho do agricultor vinculado aos mercados da AF (NIEDERLE; RADONSKY, 2017). Estas relações requerem formas de coordenação e inovações organizacionais que devem ser constituídas pelas políticas públicas e pelo fortalecimento de organizações coletivas locais. Dependem, nesse contexto, de uma rede de atores e instituições que fazem parte desse processo, permitindo que os agricultores passem a estabelecer diversas formas de regulação dos mercados (MARQUES, CONTERATO, SCHNEIDER, 2016).

2.4 Agricultura familiar e políticas públicas de comercialização no Brasil

Além da capacidade própria em se posicionar, a participação dos agricultores familiares brasileiros no mercado está igualmente vinculada às formas de reconhecimento governamental. Nessa direção, a categoria que outrora era designada como pequeno produtor rural, passou a ser reconhecida como agricultura familiar, na década de 1990, tendo o termo jurídico institucionalizado pela Lei 11.236/2006, que também norteou a Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais (GRISA, SCHNEIDER, 2014).

Definidos com base na renda, entre outros critérios, os produtores rurais passaram a ser beneficiários de um conjunto de modalidades de crédito fundiário e políticas públicas específicas pelo Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF (resolução 2.191/95) mediante o recebimento da Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP).

As categorias consideradas como agricultores familiares foram os silvicultores de manejo sustentável; aquicultores e pescadores artesanais; extrativistas (excluindo garimpeiros e faiscadores); povos indígenas, remanescentes de quilombos e demais povos e comunidades tradicionais rurais (BRASIL, 2006). Nesse processo, o PRONAF distinguiu a agricultura familiar daquelas categorias de produtores e estabelecimentos

rurais, além de empreendimentos cooperativos conduzidos por administradores contratados que não incluíam agricultores familiares na sua atividade.

Passaram também a ser contempladas as organizações coletivas que atendessem a percentuais mínimos de agricultores familiares em seu quadro de cooperados ou associados e de matéria-prima beneficiada, processada ou comercializada oriunda desses agricultores (BRASIL, 2018). Assim, cria-se legalmente uma diferenciação da agricultura familiar em relação à pequena produção, que passa a adicionar especificamente pequenos estabelecimentos rurais ou cooperativos que não trabalham ou são dirigidos por agricultores familiares (DEL GROSSI, FLORIDO, RODRIGUES, OLIVEIRA, 2019).

Sucessivas portarias vêm atualizando as condições para controle dessas políticas, conforme a realidade dos grupos específicos.⁷ Passa, então, a englobar aqueles agricultores familiares que “praticuem atividades produtivas agrícolas e/ou não agrícolas, de beneficiamento e comercialização de seus produtos” (BRASIL, 2018).

Ainda que a criação do PRONAF e às leis subsequentes tenham provocado um avanço na discussão sobre as formas familiares de produção, como indicam os estudos, especialistas no assunto criticam o caráter excludente dessas políticas, beneficiando agricultores mais capitalizados, em detrimento daqueles mais pobres, com condições menos favoráveis de competitividade (AQUINO, SCHNEIDER, 2015). Del Grossi et. al., (2019), por sua vez, chamam a atenção para o fato de que a legislação brasileira só tardiamente tenha incorporado os elementos mais voltados à realidade das famílias rurais, passando a reconhecer a geração de renda não agrícola, aproximadamente 10 anos após a criação da lei, contrariando o que Carneiro (1999), entre outros autores, já alertava para esse mecanismo de reprodução social das famílias rurais.

De qualquer forma, constata-se grande diversidade no universo da agricultura familiar, que se expressa numericamente entre os aproximados 77% das propriedades rurais no Brasil, segundo dados de 2017 (IBGE, 2017). De acordo com Del Grossi et. al. (2019), esse percentual equivale a 3.897.408 estabelecimentos com 10.115.559

⁷ Destacam-se as Portarias nº 234 e nº 001 de 2017 e o decreto 9.064/2017, reconhecendo a exploração de uma combinação de atividades agrícolas e não agrícolas

agricultores potenciais beneficiários do PRONAF. No tocante à região Nordeste, o número de estabelecimentos representa 47% do total do país. A produção de frutas, legumes e verduras (FLV), por sua vez, conta com 60% dos alimentos produzidos pela agricultura familiar, segundo dados de 2017.

Segundo Waquil, Miele e Schultz (2010), 1,4 milhão de agricultores familiares e 1,1 milhão de produtores empresariais, como cooperativas e agroindústrias, estavam no mercado interno e com foco em exportação em 2010, sendo por isso, definidos como agricultores capitalizados. Os mesmos autores estimam que, de outro lado, estivessem 850 mil agricultores familiares com baixa capitalização, que se fizeram presentes com pouca inserção competitiva nos mercados. Por fim, como admitem, 1,9 milhão agricultores familiares tiveram baixa ou nenhuma participação no mercado, com uma produção mais voltada para o autoconsumo.

Ao passo em que o mercado assume uma posição central nos objetivos dos movimentos sociais rurais, na reivindicação pela inclusão dos valores simbólicos aos produtos e no fortalecimento de circuitos alternativos de comercialização, a legislação de um conjunto de modalidades de mercados inaugura o interesse governamental em regular e apoiar a comercialização de seus produtos (GRISA, SCHNEIDER, 2014).⁸

A instalação de feiras no Brasil tem, por sua vez, sua expansão marcada pela regulamentação da Lei 10.831 de 2003, que normatiza a produção orgânica no país (BRASIL, 2009). Esta lei vincula aos mercados o agricultor familiar credenciado, por meio de modalidades de controle da qualidade orgânica. A rastreabilidade é garantida pela organização de controle social de conformidade orgânica (OCS), como um instrumento de diferenciação dos produtos que não carregam selos de identificação.

Esse sistema está relacionado à possibilidade de o consumidor se conectar com a fonte de origem do produto, ou seja, com o produtor, seja no seu espaço de comercialização, seja no seu espaço produtivo. Sendo gratuita e estimulante do potencial de coordenação e coesão dos atores envolvidos, a modalidade de controle

⁸ A literatura tem destacado o aparato legal criado a partir de 2009, que inaugurou a lei do Programa de Aquisição de Alimentos – PAA, (Lei nº 10.696/ 2003) e o Programa Nacional de Alimentação Escolar – PNAE (lei 11.947/ 2009).

social OCS pode ser considerada como o mecanismo de circuitos curtos, que contribui mais fortemente com a diminuição das desigualdades (DAROLT, ROVER, 2021).

O associativismo, por sua vez, ganha importância no desenvolvimento desta modalidade de controle, uma vez que a OC tem sua gênese no valor associativo. Possuindo uma natureza autogestionária da comunidade, o associativismo rural funciona como organização popular, tomando o poder para si pela busca por bens e serviços para as comunidades (CALLOU, TAUKE SANTOS, 2006).

A segunda modalidade de controle orgânico foi criada para vendas indiretas e carrega o selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica. Nessa direção, está a certificação por Auditoria Privada e o Sistema Participativo de Garantia da conformidade orgânica (SPG). Ambos têm por objetivo facilitar, por parte do consumidor, a identificação dos produtos orgânicos em gôndolas de supermercados ou comercializados por atravessadores.

Os Sistemas Participativos de Garantia também dependem do potencial de coordenação associativo dos atores. Correspondendo a uma certificadora, o controle é exercido por uma entidade jurídica denominada Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade Orgânica – (OPAC), que se constitui como uma entidade coletiva, que passa a ter o papel de monitoramento e avaliação. A OPAC passa a ser, assim, uma alternativa para reduzir os custos de certificação por auditoria, uma vez que os custos são diluídos entre os participantes.

É importante sublinhar que outras formas de comercialização se ampliaram durante a pandemia da COVID -19, como tentativa de lidar com a queda de 51% no rendimento dos agricultores durante o primeiro ano da crise sanitária, especificamente, para aqueles que dependiam da horticultura e das feiras (DEL GROSSI, FLORIDO, RODRIGUES, OLIVEIRA, 2019). Verificou-se, nesse contexto, uma perda das vendas ligadas ao consumo imediato, enquanto que, para os agricultores pluriativos, isto é, aqueles cuja renda é oriunda da combinação entre atividades agrícolas e não agrícolas, a perda relacionava-se aos seus empregos não agrícolas (Idem).

As limitações impostas com a crise sanitária global obrigaram os agricultores a redirecionar a comercialização para serviços de entrega e de marketing online, fortalecidos por meio da cooperação entre agricultores e consumidores (DE LA PEÑA

GARCÍA, ZIMMERMANN, ELEUTERIO, 2020). No que se refere ao apoio governamental, a articulação dos movimentos sociais rurais com consumidores, culminou na criação de uma lei federal para fomento da AF durante a pandemia (Nº 14.275/2021).

Mesmo assim, como sublinhado por alguns autores, as propostas para apoiar emergencialmente a agricultura familiar em tempos de pandemia não foram suficientemente atendidas. Permanece em curso uma trajetória da construção de iniciativas, seja no campo do poder público, ou dos movimentos sociais que possa, nas palavras Schneider e Rufino (2022 p.1), “criar oportunidades para os agricultores familiares permanecerem no campo com uma vida digna”, capaz de promover, efetivamente, o setor da agricultura familiar, potencializando atividades produtivas e expandindo os mercados que favoreçam a sua participação.

CAPÍTULO III - A POSIÇÃO DOS MERCADOS ATACADISTAS NO SISTEMA AGROALIMENTAR

3.1 A diversidade dos mercados atacadistas

Numa dependência bilateral entre produtor – intermediário e intermediário-comerciante, o atravessador pode atuar no abastecimento atacadista a partir de diversas formas: trabalhadores individuais ou coletivizados, empresas, transportadoras, distribuidoras, dentro e outras possibilidades (WAQUIL, MIELE, SCHULTZ, 2010).

Ao que salientam Grisa, et. al. (2021 p. 52), essa condição recai sobre as políticas públicas de abastecimento urbano de países da América Latina:

El abastecimiento urbano centralizado se caracteriza por la fuerte presencia y acción de intermediarios en las cadenas de abastecimiento alimentario de las ciudades y por la venta de alimentos procedentes de “cualquier lugar”, que recorren largas distancias y no tienen vínculos culturales o socioeconómicos locales.

Nesse contexto, os aparelhos de comercialização destinados para produtores rurais estão abrigando, via de regra, atravessadores posicionados como responsáveis pelas funções comerciais e operacionais. O controle do abastecimento realizado nessas estruturas requer o uso de mecanismos de governança que permitam lidar com custos associados às três etapas do comércio: logística, serviço e gestão financeira (BELIK, 1999). Nessa direção, há a predominância do modelo tradicionalmente encontrado nas feiras agropecuárias, com transações de via direta, movidas pelo sistema de concorrência de preços, dispensando o uso de contratos.

Apesar de a concorrência de preço figurar como mecanismo predominante entre os mercados atacadistas dando o tom homogêneo às dinâmicas comerciais, não desfruta das mesmas condições geográficas, nem resulta da mesma iniciativa política. Relaciona-se a um grupo heterogêneo com características operacionais associadas à significativa diferenciação de padrão estrutural e gerencial (GREEN, SCHALLER, 2003).

Com efeito, os mercados atacadistas abrangem desde pequenos galpões em regiões próximas ao local de produção, até imensos pavilhões em centros metropolitanos. Cientes dessa diversidade, a Organização para a Alimentação e

Agricultura das Nações Unidas (FAO) e a Federação Latino-Americana de Mercados de Abastecimento (FLAMA) criaram categorias que os distinguem segundo uma tipologia dos portes estruturais e dos volumes de alimentos ofertados, resultando em três grupos: “Mercado local”, “Mercado regional” e “Centro de referência”.

Em termos de escala e proporção, os “Mercados locais” são as estruturas de menor capacidade operacional e estão diretamente conectados com as zonas produtivas. Dois subgrupos de mercados locais estão incluídos nesta categoria. O primeiro é o espaço de comercialização dos camponeses que se destaca como centros de apoio aos produtores.

O “Mercado do produtor” dispõe de áreas gratuitas ou subsidiadas para atividade comercial dos produtores rurais. De maior interesse desta pesquisa, as questões que envolvem esse tipo de mercados serão retomadas em outra sessão adiante. O Mercado do Produtor integra os galpões unitários que se revestem de estruturas geralmente abertas, sem paredes, que permitem transações de transporte rápido entre caminhões. Como se trata de galpões unitários, este tipo de mercado não se utiliza de guaritas para cobrança de taxa, caracterizando-se, assim, pela gratuidade de acesso (FAO - FLAMA, 2020).

Os “Mercados urbano-metropolitanos”, por sua vez, que englobam áreas operacionais pequenas, surgiram da necessidade de suplementar o grande e médio varejo urbano, tendo também a função de pulverizar as mercadorias para outros mercados atacadistas. Ambos os Mercados locais estão conectados com a zona produtiva, acarretando, assim, uma menor capacidade logística. Isto se refere particularmente aos menores custos despendidos pelos permissionários com transporte e mão de obra para manuseio das mercadorias durante o abastecimento⁹. Estes mercados, por conseguinte, têm menor capacidade de incorporar às mercadorias elementos que possibilitem maior poder de comercialização, como avaliado pela FAO (FAO – FLAMA, 2020).

Os “Mercados Regionais” também se encontram na categoria de mercados de pequeno porte. À semelhança do Mercado Urbano-metropolitano, os Mercados Regionais também guardam a função de complementar o abastecimento do varejo

⁹ Permissionários são aqueles sujeitos ou empresas que têm permissão, via aluguel ou pagamento mensal, para comercializar nos galpões do entreposto.

urbano. Além de incorporarem o mercado do produtor no conjunto de estruturas disponibilizadas no interior dos mercados Urbano-Metropolitano, esses mercados agregam uma parcela maior de galpões e estão mais distantes das regiões produtoras, se conectando aos centros urbanos.

Abrangendo uma área operacional de maior alcance, os “Centros de referência” foram construídos em capitais e grandes centros urbanos, com a função de receberem os produtos que são produzidos nacionalmente e internacionalmente e de abastecer as estruturas atacadistas menores (Mercados locais e Regionais), incluindo o atacado e varejo local, além de restaurantes e hotéis das grandes cidades. Dado ao seu maior alcance, as negociações ali realizadas se dão em torno da produção agropecuária de larga escala. Parte significativa dos compradores não é de consumidores finais, mas de outros permissionários, que habitualmente comercializam no varejo urbano nacional.

Expressando grande capacidade estrutural para oferecer serviços como segurança pública, energia, água e esgoto, em maior ou menor grau, para os trabalhadores locais e população circunvizinha, os “Centros de Referência” não se limitam ao setor comercial, evidenciando o seu papel como regulador do abastecimento alimentar. Nesses espaços privilegiados de comercialização, transitam gestores de informações compartilhadas sobre origem dos alimentos comercializados, preço e padrões de embalagem, tornando-se responsáveis pela definição de estratégias para a distribuição de alimentos e segurança alimentar nos países em que estão instalados.

Os Centros de Referência, como locais que evidenciam o distanciamento da produção rural, proporcionam mais condições aos produtores rurais, se comparados com os demais mercados atacadistas citados. Esses locais, sobretudo dentre aqueles de gestão pública, estão mais voltados para viabilizar a atividade comercial de produtores. Ao declarar que “los mercados mayoristas de alimentos son locales privilegiados de acciones sociales: en 28 mercados se desarrollan acciones de este tipo por cuenta propia o en asociación con el sector público” (FAO - FLAMA, 2020. p.25), as entidades corroboram a percepção de que os mercados de gestão privada, voltados para produtores rurais, em grande medida correspondem a Mercados Regionais, enquanto os demais são Centros de referência com gestão pública.

O CEASA-PE constitui um exemplo desses Centros de Referência ao modernizar os mecanismos de informatização da formação de preço, além de homogeneizar o manuseio e o armazenamento dos produtos. Como já sublinhado, interessa-nos, nesse Centro, analisar o universo dos agricultores familiares circunscrito na Central de Comercialização da Agricultura Familiar (CECAF) e no Reciflor, enquanto galpões direcionados às especificidades desses produtores.

3.2 As quatro fases de modernização dos mercados atacadistas

As funções comerciais e informacionais do sistema atacadista entraram em um processo de modernização que, ao longo do tempo, atravessaram quatro fases de evolução, marcando a trajetória histórica desses mercados. De inspiração europeia, as estruturas mais antigas remontam ao século XIX, com a criação dos mercados públicos, equivalente à primeira geração de mercados atacadistas até a década de 1960 (GREEN, SCHALLER, 2003).

A segunda geração foi construída entre as duas décadas seguintes, por meio de iniciativas governamentais para potencializar o abastecimento urbano, concentrando alimentos para redistribuição em larga escala. Foi nesse período que ocorreu a criação das Centrais que compõem o Sistema Brasileiro Atacadista (MOURÃO, 2008). Essa geração de mercados atacadistas ampliou as suas atribuições quando, a partir de 1990, passou a se configurar como um período marcado pela entrada de frutas, legumes e verduras (FLV) no mercado de exportação.

Nesse contexto, como sublinham Bonanno e Wolf (2018), sob a égide do regime político neoliberal, se consolidou a globalização do setor *agri-food* orientada pelo livre mercado, levando muitos governos a abrirem mão da regulação dos mercados alimentares. Trata-se de um período em que as redes privadas supermercadistas passaram a operar com forte influência sobre o setor local de hortifruti, passando a instalar, paulatinamente, suas próprias plataformas de distribuição (BELIK, 2007).

O arranjo organizacional desse setor trouxe à tona uma série de especificações globalmente instituídas em torno da qualidade, transação, seleção, conservação, embalagem e investimento em *marketing*. E, assim, os supermercados ganharam em

vantagens de eficiência no ambiente concorrencial em relação aos mercados atacadistas (WEGNER, BELIK 2012), instaurando uma crise nos mercados atacadistas em face dessa globalização dos hipermercados.

Para a sobrevivência dos mercados atacadistas, suas instituições gestoras passaram a investir na modernização dos galpões, sob a coordenação de uma parceria público-privada. Aqueles que investiram na preservação da qualidade do produto, da logística e da infraestrutura deram origem à terceira geração de mercados atacadistas (BELIK, CUNHA, 2015). Foi instituído, nesse momento, o uso de tecnologias de controle de dados estatísticos sobre os valores negociados, a classificação exata dos produtos (origem e certificados, entre outros) e a redução de perdas nas transações (FÁVERO, 2005).

No entanto, tal processo não se deu de forma homogênea no conjunto dessas experiências, ainda muito dependentes de um poder de coordenação e de interesses locais. Sem investir na modernização, algumas dessas empresas passaram por contínua depreciação das estruturas, das funcionalidades e principalmente da gestão pública, como foi o caso de muitas Centrais brasileiras (MAZON, 2010).

Segundo Wegner e Belik (2012), o desafio maior que se coloca para a otimização do setor estaria na informatização das transações, requerendo a separação do controle das três funções comerciais (logística, serviço comercial e gestão financeira). O que seria, para esses autores, uma forma de dar independência às etapas de manuseio de produtos e de produção dos fluxos de informações. Movidas pelo tradicional sistema de concorrência via preço, estas etapas acontecem informalmente e no mesmo local, sob o domínio dos permissionários. Ainda para esses autores, a informatização das práticas comerciais e bancárias no plano microsocial permitiria a retirada dos permissionários da informalidade.

Via de regra, a modernização desses mercados vem se dando graças à ênfase em hábitos alimentares mais saudáveis, que colocou as FLV em evidência no mercado interno e externo. Arelado a isso, estão os aspectos de qualidade em torno do frescor e sustentabilidade ambiental que induziu a criação de novos dispositivos de qualificação em torno desses alimentos (CAVALCANTI, DIAS, 2015). Não sem razão, portanto, a

FAO nomeou o ano de 2021 como sendo o “Ano Internacional das Frutas e Vegetais”, ressaltando os benefícios nutricionais dos hortifrúti para a saúde da população mundial.¹⁰

A FAO, em conjunto com o sistema atacadista, estabeleceu metas a partir da década de 2000, vislumbrando a modernização do processo logístico. Essas instituições consideraram o direcionamento das ações para a incorporação de mercados enquanto bens públicos de acesso a alimentos de qualidade produzidos por meio de manejo sustentável e socialmente justo.

Os temas emergentes referentes aos mercados atuais, segundo Cunha e Campos (2018) e Belik e Cunha (2018), promoveram a conformação da quarta geração de mercados atacadistas. Apoiando-se na Agenda 2030 da ONU, organizações que se propõem a serem as gestoras destas estruturas na América Latina, ao se apoiarem na FAO, passam a reconhecer que a modernização das estruturas não era mais suficiente para atender aos objetivos societários em torno da alimentação, o que se refletiria no surgimento da quarta geração dos mercados atacadistas¹¹. A reelaboração dos planos para incorporação de rastreabilidade dos produtos direcionada às demandas ambientais e o combate do desperdício de alimentos passaram a mover a nova agenda. Esse período coincide com a preocupação de se criar melhores condições de inserção de agricultores familiares e maior estímulo ao consumo de produtos que favorecessem aspectos locais de regiões agrícolas.

A incorporação de valores ecológicos nas cadeias produtivas por meio da redução da quantidade de resíduos gerados no sistema agroalimentar, considerados pela FAO como um modelo que pode substituir os modelos econômicos focados na extração e no descarte (FAO- FLAMA, boletim 7, 2021). A Economia Circular (EC), por sua vez, é considerada como um modelo pertinente para essa transição dos mercados atacadistas rumo a uma economia sustentável.

Compreende-se que a incorporação da Economia Circular demanda parte dos gestores dos mercados atacadistas a incrementarem a reutilização em detrimento da eliminação de alimentos, bem como a reduzirem custos de produção, gerando novos modelos de negócios. No entanto, esse processo esbarra na natureza da distribuição,

¹⁰ Informações recolhidas através dos meios de divulgação: www.abrafrutas.org.br

¹¹ Para saber mais sobre Agenda 2030 da ONU ver em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>

moldada no sucessivo atravessamento de mercadorias e na pulverização dos alimentos no varejo.

A redistribuição em larga escala e sem rotulagem se traduz em impedimento para conferir uma rastreabilidade aos produtos, o que tem gerado a perda do fluxo de informações territoriais de origem dos cultivos (BELIK, CUNHA, 2015). Dinâmica esta que tem alijado aspectos da diversidade cultural e territorial que carregam os produtos agrícolas, (ARAÚJO, 2009; MACHADO, 2004; MORAES, BALENSIFER, PIRES, 2018). Como sublinham Belik e Cunha (2015), uma das soluções seria de o sistema atacadista normatizar diferentes níveis de incentivo e de controle para que os permissionários pudessem organizar as atividades comerciais rumo a essas novas estratégias.

Compreende-se que as instituições envolvidas com a gestão dos mercados atacadistas enfrentam desafios que apontam para a necessidade de criação de uma política efetiva com a incorporação do varejo orgânico, do comércio justo, da agricultura familiar, da promoção da pequena escala e de novos nichos dos pequenos produtores dispensando a presença dos atravessadores.

3.3 O quadro organizacional dos mercados atacadistas

As novas funções dos mercados atacadistas colocam seus gestores na incumbência de constituírem um canal de comunicação pautada em uma linguagem normativa comum entre eles (CUNHA, BELIK, 2012). Destacam-se, nesse cenário, duas organizações que se propõe a construir uma representatividade empresarial e inter-regional do setor atacadista hortifrutigranjeiro: a Organização para a Alimentação e Agricultura das Nações Unidas (FAO), a União Mundial de Mercados Atacadistas (*World Union of Wholesale Markets* - WUWM) e a Federação Latino-Americana de Mercados de Abastecimento (FLAMA). Nessa direção, se articulam por meio da realização de conferências anuais sobre os temas relacionados ao setor comercial e ao cenário da segurança alimentar.

Numa perspectiva global e política, a entidade que representa os interesses da sociedade civil no âmbito da alimentação e segurança alimentar é a Organização para a Alimentação e Agricultura das Nações Unidas (FAO), composta por 33 países membros

da América Latina e Caribe. A disseminação de programas e projetos de desenvolvimento rural, segurança alimentar, combate à pobreza e à fome ratificam os acordos de cooperação técnica assinados entre a organização e os mercados atacadistas.

Os segmentos administrativo e comercial dos atacadistas são representados pelas organizações WUWM e FLAMA, que se diversificam conforme a língua falada nos países membros e operam através da gestão rotativa. A WUWM foi criada em 1955, agregando 42 países da Europa e 12 países da América Latina em seu quadro, com o objetivo de expressar globalmente os interesses desses países.

A FLAMA, criação mais recente, surgiu em 2004, no Brasil, formada por 294 gestores e empresários de mercados atacadistas da América latina e Caribe, contando com 512 permissionários de Centros de Referência; 399 de Mercados Regionais e, sucessivamente, 93 dos Mercados Locais (FAO - FLAMA, 2020). Os permissionários congregam federações, associações, pequenas e médias empresas, entre outras entidades coletivizadas. Entre as associações, encontram-se a Associação Nacional de Centros de Abastecimento (ABRACEN), representante do Brasil, a *Cámara Argentina de Actividad Frutihortícola* (CAAF) da Argentina, a *Confederación Nacional de Grupos de Comerciantes de los Centros de Abasto* (CONACCA) do México e a *Red Nacional de Centrales de Abastos* da Colômbia.

A coordenação dos mercados atacadistas possui natureza pública e privada, na medida em que “opera y funciona bajo la lógica privada, para el interés público” (FAO - FLAMA, 2020 p.31). No âmbito da gestão pública, a maior representatividade está entre os mercados de coordenação municipal, ficando apenas uma menor parcela coordenada por instituições estaduais ou, em última instância, por governos ou agências nacionais.

Outro aspecto importante a ser observado faz referência à atuação das entidades na área social. Há indicativa por parte das entidades que ocorre uma maior atuação nas áreas sociais entre a gestão pública, destacando convênios junto a entidades privadas e ONGs que organizam um sistema de manejo de excedentes em banco de alimentos para doação. (FAO - FLAMA, 2020).¹²

¹² Países nos quais os mercados atacadistas que possuem banco de alimentos: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Honduras, México, Paraguai, Peru, Uruguai. No Brasil, as CEASAs que possuem banco de alimentos são CEAGESP, CEASA Campinas, CEASA GO, CEASA Paulo Afonso, CEASA Poços de

Por sua vez, os mercados com gestão privada ou cooperativa correspondem a aproximadamente 37% dos 294 mercados integrantes da FLAMA, enquanto a menor representatividade está entre aqueles contratos público-privados, chamados de coordenação híbrida, que se colocam entre a hierarquia e o sistema de preço do mercado *spot*, em 20 % dos casos. O documento aponta esse modelo como tendo um maior desempenho enquanto regulador do sistema atacadista, sobretudo na atuação em projetos sociais.

Belik, Paulilo e Vian (2012) sublinham em um estudo sobre o Conselho dos Produtores de Cana-de-Açúcar, do Estado de São Paulo que as formas híbridas de governança, cada vez mais comuns entre atores da agricultura brasileira, têm dado um novo tom aos ambientes institucionais que, por sua vez, estão estabelecendo os fundamentos legais e normativos para a atuação do seu setor de interesse. Para tanto, a coordenação é feita por influência mútua e por reciprocidade.

No plano da mediação dos negócios entre firmas não existem apenas as coordenações por simples contratos, mas também mecanismos de governança complementares como propriedades contratuais sob confiança, influências e compartilhamentos de recursos em rede, formas distintas de liderança e instituições (certificações, símbolos etc.) [...] Embora as partes permaneçam independentes, um subconjunto significativo de decisões é coordenado por uma entidade quase autônoma, funcionando como um departamento que apresenta alguns dos atributos de hierarquia. (BELIK, PAULILO, VIAN, 2012, p. 29)

Então, a governança híbrida requer uma hierarquia particularmente monitorada por uma estrutura formal próxima da firma integrada, identificada como “instituição” incluindo conselhos, certificações ou selos de qualidade que balizam ou complementam a negociação entre agricultores e os demais atores da cadeia produtiva.

Diante disso, os autores avaliam que a expansão de conselhos poderia propiciar melhorias em áreas que atualmente revelam fragilidades dos interesses agroindustriais do Brasil em comparação aos mercados internacionais. Para tanto, consideram necessário que conselhos passem a “representar mecanismos de governança mais amplos, no sentido de não se colocarem atrelados unicamente às preocupações de disputas cotidianas” (BELIK, PAULILO, VIAN, 2012, p.29).

Este pode ser o caso da certificação com atributos de qualidade e da certificação de origem, elementos caros à agregação de valores aos produtos da agricultura familiar. No campo dos agricultores familiares ligados a mercados locais e sustentáveis, também têm sido engendradas formas de governança híbrida, isto é, que se utilizam do sistema de mercado e de hierarquia. Nesses casos, a especificidade local e das relações permitem a produção de mercados especiais, configurando transações definidas como *nested markets* (PLOEG, SCHNEIDER, 2022).

Essa forma de associação entre produtores permite incorporar bens públicos e privados que vão além da produção física, levando em conta bens intangíveis como a paisagem e a preservação do espaço rural formando bens privados. Nesse caso, a governança garante cumprir regras que valorizem os contratos públicos coletivos (BELIK, 2015).

Os novos arranjos de governança são apostas significativas de transformações reais dos sistemas alimentares para criar aquilo que Marsden Hebinck e Mathijs (2018) chamam de nova sinergia entre produção e consumo. Avaliando o potencial desse tipo de articulação para os sistemas alimentares sustentáveis na Europa, esses autores destacam que as condições para reconfigurar significativamente e de forma duradoura as condições de governança e regulatórias, têm como base a possibilidade de inserir um contexto de governança mais reflexiva nesses mercados, que seja solidário e ao mesmo tempo, sensível às diversas condições da produção local.

No âmbito dos mercados atacadistas, apesar de a FAO sugerir caminhar sob a perspectiva de construir arranjos regulatórios ambiental e socialmente inclusivos com especial atenção à agricultura familiar, as condições operacionais para modernização dos transportes, manuseio, publicidade, desperdício, entre outros requisitos para o comércio têm sido, até então, o foco das organizações a elas vinculadas.

As entidades apontam para um esforço em criar uma gestão sistêmica que permita um funcionamento padrão, registrado em 89% dos mercados citados. A padronização do horário é considerada como uma estratégia crucial para orientar a geração de preços, custos e serviços, permitindo também um maior controle sobre o registro de entrada e saída de cargas. No que se refere às regras de embalagem, registra-se que os Centros de referência têm conseguido uniformizar os vegetais por

tipos, variedades, unidades, embalagem, rastreabilidade, entre outros (Boletim 5 FAO - FLAMA, 2020).

Como admite a FAO, a coleta de informações por meio de um sistema digital ainda não foi universalizada entre os mercados atacadistas e a certificação orgânica, com base na origem, ainda é recurso incipientemente utilizado entre os permissionários. Admitem ainda que o contrato formal ainda se constitui como o mecanismo transacional menos utilizado entre os permissionários. Via de regra, a padronização dos processos logísticos e comerciais esbarra em dinâmicas típicas da distribuição de FLV em larga escala, que se pauta na fragmentação da cadeia de distribuição, na inserção de produtos transportados a granel sem embalagens adequadas, o que acaba por inviabilizar o rastreamento.

Ademais, as práticas comerciais informais têm dificultado o controle de dados estatísticos. Um traço comum entre essas práticas informais é o estabelecimento da concorrência, via preço, acompanhado de outros mecanismos informais como a reputação, confiança e compartilhamento de informações (MORAES, PIRES, 2019).

Compreende-se que, ao mesmo tempo em que mantêm um eixo comum, os regimentos internos estão adaptados aos esquemas locais, onde as práticas diárias de transações comerciais possuem uma natureza informal carregada de oscilações. Assim, do lado da comercialização, a padronização esbarra nas dinâmicas pautadas na informalidade e nas lógicas próprias dos permissionários para lidar com fatores condicionantes da eficiência e da redução do custo.

3.4 As formas de atendimento dos mercados atacadistas aos produtores rurais

Dados de 2020 contabilizam 30 mercados atacadistas entre os 294 da federação que disponibilizam galpões para comercialização por parte dos produtores rurais da América Latina e do Caribe. A disponibilização de galpões tem sido a forma mais comum de atendimento a esse grupo no âmbito dos 294 mercados atacadistas vinculados à FLAMA. A tipologia do Mercado Local, como já destacado neste trabalho, é identificada como a mais compatível com a capacidade logística dos produtores que se envolvem

com a atividade rural, dado a sua proximidade com zonas produtivas. No Brasil, essa iniciativa se revela na consolidação de um tipo de estrutura denominada Mercado Livre do Produtor, apresentado mais adiante.

Em seus boletins, a FAO declara que o atendimento aos produtores rurais é um tipo de serviço que tem ganhado a atenção das organizações gestoras dos mercados atacadistas. No entanto, salvo os galpões direcionados para os produtos rurais, poucas são as ações que privilegiam transações comerciais com os produtores. Admitem essas entidades que a preferência por privilegiar os produtos locais é de uma pequena maioria dos comerciantes da América Latina e Caribe que preferem a compra direta do produtor, em razão de relacionar a produção local ao frescor dos alimentos. Ainda, sinalizam que isso não tem sido suficiente para o estabelecimento de contratos mais permanentes entre eles.¹³

Como destacam, os Centros de Referência, sobretudo aqueles de gestão pública, criam mais condições para os produtores rurais quando comparados à outras tipologias de mercados atacadistas, mesmo quando apresentado uma distância considerável da produção rural. Entre os mercados de gestão privada que destinam galpões para produtores rurais, a maioria corresponde a Mercados Regionais, ficando, em segundo lugar, os Centros de referência.¹⁴

Especificamente para o caso do atendimento a produtores rurais, a maioria dos mercados se declara atuante nos serviços de assessoria técnica e na capacitação de comerciantes e produtores rurais dentro dos entrepostos.

Son relevantes la frecuencia de actividades de asistencia técnica para productores rurales (26 mercados), las iniciativas de capacitación para comerciantes (23 mercados) y la capacitación técnica para productores rurales (22), principalmente gracias a la cooperación de ONG y empresas de extensión rural y apoyo al productor. Estos datos dan cuenta de que los mercados mayoristas son espacios importantes para la capacitación y la formación. (FAO - FLAMA, 2020, p.25)

¹³ Na pesquisa, 42% mostraram-se favoráveis, 21% indiferentes e 37% não dão preferência (FAO-FLAMA Boletim 7, 2020).

¹⁴ Registra-se que 76% dos casos voltados para produtores têm uma gestão pública. De outra forma, 24% de mercados voltados para produtores rurais contam com gestão privada. Entre eles, 68% correspondem a mercados regionais e os demais são Centros de referência com 32% de representatividade (FAO, FLAMA, Boletim 7, 2020).

Contrariando essa perspectiva, a pesquisa realizada na Central de comercialização da agricultura familiar CECAF, em 2017, mostrou que, para além da logística operacional oferecida nos galpões dos produtores, não se observava nenhuma sistemática de capacitação técnica para os produtores rurais.

Segundo Cunha (2015), a mudança institucional dos mercados de quarta geração para uma perspectiva da Economia Circular e *food mile* foi o que incentivou um aprofundamento da articulação entre mercados atacadistas e produtores locais. Um conjunto de condições vai determinar o sucesso da inclusão dos produtores, sobretudo, o fato de que cada mercado tem suas instituições gestoras que, por sua vez, têm seus próprios critérios locais. Ainda segundo Cunha (2015), os produtores estão cientes de que o acesso aos mercados atacadistas se configura como um espaço de reivindicação e luta política. Uma luta política que se vincula, por sua vez, às políticas de apoio ao produtor rural.

Fortemente dominado por atacadistas, este mercado passou por um processo de mudança consequente da mobilização dos produtores rurais pela conversão do quadro de referências dos preços em atendimento aos seus conhecimentos sobre o mercado. Assim, previsão e equilíbrio foram noções colocadas em xeque pela autora, diante da verificação de que as operações estão sob a forte influência das possibilidades de se comprometer as relações pessoais e políticas ali existentes.

Há um conjunto de mercados que, segundo Grisa et. al. (2021 p. 52), ainda se encontra predominantemente controlado por atravessadores e vem sendo fonte permanente de reivindicação de agricultores familiares na América Latina que passam a ocupar cada vez mais estruturas tais como as destacadas:

[...] el Centro de Comercialización para Productores Asociados (Cecoproa) em Asunción/Paraguay (Ríos y Weisz Jr. 2020) y la comercialización “en la Granja del Productor” en las Centrales de Abastecimiento de Brasil, un espacio para la comercialización directa de los agricultores.

Com referência às pesquisas empíricas brasileiras realizadas nos centros de comercialização da agricultura Familiar dos estados de Minas Gerais, Ceará, Pernambuco e Rio Grande do Norte, os autores acrescentam que os produtores pleiteiam não somente a retomada desses aparelhos de comercialização, mas a criação de outros, nos moldes das Centrais de comercialização.

Além da ocupação das estruturas de comercialização, outra reivindicação por parte dos agricultores diz respeito a identificação dos alimentos oriundos deste segmento (GRISA, NIEDERLE, LE COQ, CRAVIOTTI, BORRAS, RUIZ DIAZ, ALBARRACIN, 2021). Sobre essa questão, Belik e Cunha (2015) já mostraram a relação entre a procedência do atacado e a ausência da informação territorial dos produtos para chegar ao consumidor. Como admitem os autores, a própria natureza da oferta no atacado, que não exige um uso generalizado de rótulos ou classificação, dificulta o rastreamento e, por conseguinte, a conexão entre os produtores e os consumidores.

A pandemia da COVID-19, iniciada no ano de 2020, acelerou as demandas por reformar ou melhorar mecanismos nacionais de coordenação e avaliação de planos e programas capazes de atingir os objetivos da Agenda 2030.

3.5 Mercado atacadista à brasileira: particularidades do sistema CEASA

Assessoradas pelo modelo espanhol Mercasa, as Centrais de Abastecimento foram instaladas pelo governo brasileiro como parte de um projeto de modernização industrial que percorria toda a cadeia agropecuária. Configurava-se, assim, a Política Nacional de Abastecimento, com a instalação de entrepostos atacadistas, sistemas de armazenagem, estoques e preços integralmente regulados pelo Estado.

Para compor o sistema agroalimentar nacional, foram construídas 22 Centrais atacadistas, 47 mercados expedidores e 158 equipamentos varejistas nos principais centros urbanos (BELIK, CUNHA, 2015). As primeiras experiências passaram a operar ainda na década de 1960, no Recife, em 1962, e, em São Paulo, um pouco mais tarde, em 1969.

Dados mais atuais confirmam que 76 Centrais estão distribuídas em 4,5 hectares de área de comercialização em 22 das 27 unidades federativas brasileiras, envolvendo aproximadamente 5 milhões de produtores rurais, 188 mil estabelecimentos de varejo alimentar e 11 mil comerciantes atacadistas (CUNHA, CAMPOS, 2018).

Com o fornecimento de aproximadamente 900 tipos de produtos hortifruti, este setor engloba a produção de 750 mil hectares de área plantada, sendo responsável pela geração de emprego de aproximadamente cinco trabalhadores por hectare, na

horticultura e um trabalhador por hectare, na fruticultura. O atual impacto econômico deste setor se expressa nas cifras de 17.490.997 de toneladas de produtos hortigranjeiros em circulação, representando aproximadamente R\$ 47 bilhões, segundo dados de 2021 (CONAB, 2022). Quando comparados com dados de 2020, nota-se um aumento na ordem de 2,08% (CONAB, 2022). No que diz respeito aos dados qualitativos sobre origem-destino dos produtos, a ABRACEN (2021) admite que não exista a produção de dados confiáveis sobre essa questão.

Em termos de movimentação das regiões e tendo como base os dados de 2022, o Sudeste responde por 51% dessa circulação de mercadorias, seguido do Nordeste, com 26%, o Sul com 13% e o Centro-Oeste representando 8%, ficando o Norte com apenas 2% das transações (CONAB, 2022). No que diz respeito ao impacto econômico, os dez maiores entrepostos respondem por quase 70% do total comercializado nacionalmente.

Nesse cenário, a Companhia de Entrepostos e Armazéns Gerais de São Paulo (CEAGESP), movimentou um volume de 3.054.856 toneladas (R\$ 8,59 bilhões) de alimentos; a CEASA Minas 1.462.413 toneladas (R\$ 3,85 bilhões), a CEASA Juazeiro/BA 1.427.574 toneladas (R\$ 3,60 bilhões) e a CEASA Rio de Janeiro 1.338.263 toneladas (R\$ 3,86 bilhões) (CONAB, 2022). Os dados apontam para a CEAGESP como o *hub* do sistema, concentrando o maior volume de produtos circulando pelos entrepostos. Destaca-se, nesse contexto, o Entreposto Terminal São Paulo, na capital paulista, o qual contribuiu com 25% do movimento desta central de abastecimento (CUNHA, CAMPOS, 2018).

Do montante ofertado, registra-se que 25% dos produtos das Centrais estão voltados para médios e pequenos mercados, enquanto 75% desse total vão para pequenos comerciantes e distribuidores, feiras livres, restaurantes e consumidores domésticos (CUNHA, BELIK 2012). Destaca-se que quantias acima de 50% do total ofertado de certos alimentos como tomate, cenoura, mamão, beterraba e alho estão sob o domínio das Centrais (CONAB, 2022) e que o consumidor das centrais de abastecimento pode ultrapassar a 50.000 pessoas/dia (CUNHA, CAMPOS, 2018).

Os números realçam a importância e o impacto econômico do sistema CEASA no abastecimento do país, o que não descarta a possibilidade de se tornarem obsoletas. Belik (2015, p. 26) chega a admitir que “quase nada foi feito no Brasil para aperfeiçoar o

sistema de abastecimento” diante do poderio das grandes redes de supermercado em termos de “encarregar do varejo de alimentos com muita eficiência”.

Ao que ressalta:

Por outro lado, temos um sistema atacadista com 76 Centrais de abastecimento que poderiam disseminar a produção, organizando os produtores, estabelecendo uma classificação geral para FLV, padronizando preços, exercendo as funções de plataforma logística para os pequenos produtores visando atender a demanda local e regional (BELIK, 2015, p.26).

Como indica esse autor, ainda que se reconheça a importância que essas instituições têm no abastecimento da população, o volume de mercadorias circulando por meio dos entrepostos se encontra estagnado há dez anos, representando uma perda substancial de negócios quando comparado ao setor supermercadista.

O sistema atacadista brasileiro conta com 41 unidades administrativas, por meio das quais os Centros de Referência administram outros entrepostos de grande e pequeno porte (CUNHA, CAMPOS, 2008). A título de exemplo, pode-se citar a CEAGESP administrando treze entrepostos, a CEASA/Minas administrando cinco e a CEASA/RJ também administrando mais outras cinco. O CEASA-PE, por sua vez, administra o entreposto de Recife enquanto os demais entrepostos do estado de Pernambuco dispõem de uma administração municipal.

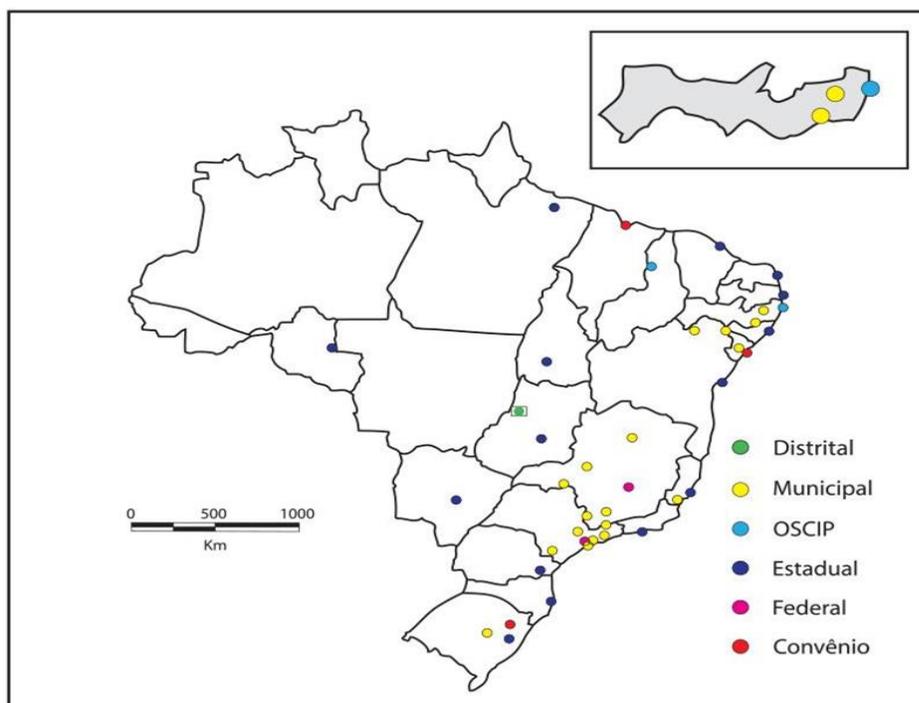
No esforço de retomar o protagonismo do setor, alguns dirigentes formaram, em 1986, a Associação Nacional de Centros de Abastecimento (ABRACEN), entidade representativa do quadro institucional do sistema atacadista. A ABRACEN reuniu representantes de 23 entrepostos associados, distribuídos nas 22 unidades da federação (CONAB, 2009).¹⁵ No âmbito da gestão, a entidade contabiliza a existência de 41 instituições gestoras de todo o sistema atacadista.

Além da criação da ABRACEN, outra estratégia imputada para melhorar a gestão das Centrais se deu com a expansão das relações estabelecidas com a iniciativa privada (FÁVERO, 2005). Essa articulação passa a configurar a natureza e o alcance de cada instituição, a partir da seguinte classificação: distrital, municipal, estadual, federal, convênio público-privado e Organização da Sociedade Civil de Interesse Público

¹⁵ As Ceasas que participam do Prohort são: CEASA – PE e caruaru, CEASA- PB, CEASA- RN, CEASA-PI, CEASA – CE, CEASA - AL e CEASA BA, a CEASA RS, CEASA SC; CEASA- PR , recolhidas através dos meios de divulgação oficial

(OSCIP) (CONAB, 2009). No Nordeste, predomina a gestão estadual. Particularmente para o caso de Pernambuco, constam duas instituições gestoras municipais: a CEACA - Central de Abastecimento de Caruaru e o Centro José de Souza de Sertânia, além de uma OSCIP, equivalente a Organização Social (O.S) do CEASA-PEO. S de Recife.

FIGURA 3.1- Localização das instituições gestoras de entrepostos atacadistas brasileiros vinculados a ABRACEN



Fonte: Inspirado em Conab e reelaborado pela autora (2009).

Ao longo das décadas, a influência da iniciativa privada respaldou a formação de diretorias pautadas na eficiência econômica e na incorporação de padrões de exportação para a tomada de decisões gerenciais (MAZON, 2010; NASCIMENTO, 2008). Assim, a participação mais ou menos intensa de agentes econômicos se justifica como formas eficientes ou ineficientes de organizar os mercados.

Nascimento (2008) e Mazon (2010) mostram que a formação de alianças entre agentes econômicos e de coordenação passaram a ser reconhecidas como legítimas e eficientes na estabilidade do padrão logístico, trazendo implicações estruturantes. Assim,

as autoras estão chamando a atenção para uma articulação pública- privada, que destaca o lugar dos atravessadores e dos especuladores econômicos.

A análise de Mazon (2010) mostra que a noção de eficiência econômica levou os Centros de Referência a retomarem seus lugares de reguladores do sistema atacadista. No entanto, segundo a autora, este mesmo modelo conferiu a apropriação privada dos projetos públicos nesses espaços.

Nascimento (2008), por sua vez, verificou que a estruturação desse arranjo privado promoveu uma desigualdade de acesso aos espaços públicos e institucionais no CEASA-PE pelos permissionários. Cunha (2013), na mesma direção, observou uma coordenação das CEASAS assentada em “um arranjo organizacional impositivo”, pautada em práticas consolidadas pela “força institucional e para-legal dos intermediários” (CUNHA, 2013 p.10).

Por sua vez, Belik (2015) avaliou que, no âmbito da modernização operacional do sistema, a noção do chamado “gap” de comercialização é colocada ao lado do “gap tecnológico” como um dos desafios da política agrícola brasileira. O autor chama atenção para o fato de que, nessa dinâmica, “os agentes que tomam essas iniciativas de produção conseguem as maiores parcelas do valor adicionado nesse processo”.

No Brasil, costuma-se denominar esses agentes – que podem ser tradings, supermercados, agroindústria ou outro qualquer – de “cabeça do canal”. Na literatura estrangeira, esses aparecem como “*innovation brokers*” e têm o papel de organizar a cadeia produtiva. O grande desafio e a dificuldade para esses agentes é organizar a oferta e a interação com os mercados em favor das partes mais vulneráveis. (BELIK, 2015. P.15)

Essas articulações têm conferido às empresas públicas de abastecimento uma estabilidade econômica, por meio da incorporação de centros de distribuição de natureza privada (WEGNER, BELIK 2012). Os casos empíricos, trazidos por Lima e Godinho (2008) sobre a CEASA/Goiás e por de Belik (2015) sobre o CEASA/Campinas, corroboram a ideia de que redes de supermercados estão fazendo dos boxes dentro do sistema atacadista uma espécie de central própria de distribuição.

Experiências sobre outros mercados atacadistas da América Latina, como destacadas por Viteri (2009) e por Reyes (2009), na Argentina e Colômbia, respectivamente, também sinalizam que, de um modo geral, as autoridades demonstram

preferência pelos comerciantes, quando comparados aos produtores rurais. Esses autores convergem na ideia de que não se pode falar em equilíbrio de um dado sistema agroalimentar, em função dos conflitos e tensões políticas envolvidas.

A gestão de todas as atividades empresariais e daquelas voltadas para as funções públicas são de responsabilidade das instituições gestoras. No âmbito desta função, destacam-se: a regulação do sistema de informações e geração de dados, o gerenciamento de resíduos e a coordenação de projetos sociais.

A primeira experiência com gestão de dados foi na década de 1970 com o Sistema Nacional de Centrais de Abastecimento (SINAC) que estabeleceu uma rede de informações técnicas para modernizar e aprimorar a qualidade dos produtos comercializados e eliminar as assimetrias na informação entre os agentes econômicos (CUNHA; CAMPOS, 2008). Este sistema esteve vigente entre 1972 e 1988, quando houve a desarticulação da coordenação geral das CEASAs, intensificada na década de 1990, com o fortalecimento de grandes cadeias mundiais supermercadistas. Com isso, as funções do sistema atacadista ficaram praticamente restritas à prestação de serviços de infraestrutura de apoio à atividade comercial, ampliando, por conseguinte, o poderio dos agentes privados na sofisticação dos sistemas de logística e geração de informações de mercado.

Na busca pela retomada desta autonomia, a ABRACEN elaborou, na década de 2000, o Programa Brasileiro de Modernização do Mercado (Prohort), coordenado pela CONAB, por meio de acordos de cooperação técnica com as diretorias das CEASAs, sobretudo dos Centros de Referência. De acesso público, o Prohort consolidou um banco de dados sobre o setor hortícola a nível nacional. O Prohort agrega, mensalmente, numa única plataforma, os relatórios sobre as vendas e os preços de frutas e hortaliças das Centrais brasileiras.

Assim, o Prohort tem agregado, mensalmente, numa única plataforma, os relatórios sobre as vendas e os preços de frutas e hortaliças das seguintes Centrais: CEASA – PE, CEASA- PB, CEASA- RN, CEASA – CE, CEASA - AL e CEASA BA (Nordeste); CEASA RS, CEASA SC; CEASA- PR (Sul), CEAGESP, CEASA Minas, CEASA CAMPINAS, CEASA RJ e CEASA- ES (Sudeste). Agregou, da mesma forma, o CEASA- TO, CEASA- PA e CEASA- MA (Norte) e, por fim, a CEASA- GO, CEASA- MS, CEASA- MT e CEASA

- DF (Centro Oeste). Ainda, incluem-se informações sobre os seguintes entrepostos da CEAGESP: Araçatuba, Araraquara, Bauru, Franca, Marília, Piracicaba, Presidente Prudente, Ribeirão Preto, São José dos Campos, Sorocaba e São Paulo (CONAB, 2009).

O Prohort subsidia o monitoramento da oferta de alimento para tomada de decisões no âmbito da produção e da comercialização para facilitar o planejamento dos permissionários no atendimento às tendências de mercado. Em paralelo ao serviço prestado pelo Prohort, também são disponibilizadas, diariamente, informações nos sites oficiais e em aplicativos para dispositivos móveis.

De uso público, o site oficial do Prohort, assim como do CEASA-PE, disponibiliza a atuação desta central na coleta de informações sobre os preços praticados nos galpões que comercializam produtos convencionais, incluindo a CECAF, objeto desta pesquisa. O Reciflor, por sua vez, não é contemplado por esse mecanismo, pelo fato de depender de uma tabela de preços que é coletivamente construída pelos agricultores orgânicos. O Prohort, entretanto, não faz referência à origem dos produtos e das cooperativas a eles vinculadas, o que tende a estimular competição por preço em detrimento de uma competição por qualidade, pondo em xeque o potencial que tem em promover a agricultura familiar no sistema atacadista.

Além da regulação das informações de mercado, as Centrais de abastecimento passaram a dar mais atenção às questões sociais e ambientais que passaram a compor, na década de 2000, uma nova faceta do sistema atacadista. Nessa direção, o plano de modernização das CEASAS de 2012 passa a recomendar a elaboração de projetos para a população habitualmente presente nos entrepostos. Da mesma forma, recomenda a elaboração de iniciativas para reduzir o desperdício, por meio da doação de alimentos e da criação de bancos de alimentos (ABRACEN, 2012).

A instalação das Centrais de embalagem para criação de um padrão de qualidade também está no bojo dos projetos sociais. Esta iniciativa surge associada a outras ações no campo de combate ao desperdício de alimentos e promoção da segurança alimentar da população urbana. A ideia de qualidade engloba também os alimentos descartados, que passam a ser aproveitados em bancos de alimentos para posterior doação, por meio do Programa Sopa Amiga do CEASA-PE (SHINOHARA, 2020).

Destinada a prevenir desperdícios, contaminação e outros custos adicionais, relativos às perdas produzidas por embalagem e transporte inadequado dos produtos, esta determinação das Centrais atende também às exigências do mercado internacional e da Lei nº 9.972/ 2000 (BRASIL, 2000). No Brasil, foram criadas em torno de 10 unidades de padronização de embalagens, ao contrário dos demais mercados atacadistas da América Latina, onde não há registro deste tipo de prestação de serviço (FAO - FLAMA, 2020). Além de racionalizar os processos logísticos, as unidades de padronização de embalagens têm um forte impacto ambiental, já que tendem a eliminar o desperdício de alimentos, reduzindo a produção de lixo e do descarte que chega a 1.100t/mês.¹⁶

Também se localiza entre os projetos sociais, a profissionalização dos técnicos dos entrepostos, por meio de capacitações em torno dos seguintes temas: Logística, Qualidade de alimentos, Sanidade e análise de riscos, Segurança alimentar, Práticas ambientais, Classificação de produtos, Percepção da cadeia produtiva, Relacionamento com produtores rurais, Relacionamento com público, Domínio de informática, Análise de informações e Legislação (ABRACEN, 2012).

Wegner e Belik (2012) sintetizaram um conjunto de programas tidos como cruciais para a modernização e organização social das CEASAS. Os cases de sucesso estão alocados entre os programas de geração de informação de mercado e da instalação de uma estrutura para higienização de caixas, denominada de “Banco de caixas”. Além desses pontos, os autores chamam a atenção para a importância de se avaliar os casos europeus como fonte de inspiração para a superação dos desafios colocados pela realidade do sistema brasileiro. Destaca-se, nesse aspecto, a experiência espanhola do Mercasa, que certifica a origem dos produtos, podendo inspirar ações semelhantes no Brasil, onde são ainda incipientes as ações dessa natureza.

O controle operacional frente à pandemia da Covid -19 ampliou os desafios para gestão das CEASAs, especialmente em termos da manutenção da comercialização garantindo o distanciamento social. Apesar das dificuldades comuns ao estabelecimento de novas rotinas, a pandemia impulsionou a modernização da comercialização das centrais, por meio do uso de aplicativos para dispositivos móveis, seguindo uma

¹⁶ Informações recolhidas através dos meios de divulgação oficial do CEASA-PE.

tendência observada internacionalmente. A imagem publicitária abaixo veiculada pelo CEASA-PE ilustra bem esse momento.

FIGURA 3.2 - Publicidade do aplicativo criado para *marketplace* virtual do CEASA-PE



Fonte: <https://ABRACEN.org.br/noticias/consumidores-do-CEASA-pe-agora-contam-com-aplicativo-que-facilita-as-compras>

Nesse cenário de pandemia, a CONAB constata que, no âmbito das CEASAs, os agricultores familiares, principais responsáveis pelo fornecimento e comercialização das folhagens, foram os mais negativamente impactados, como descrito a seguir:

Ao longo de 2020, as folhosas foram as que registraram maiores quedas na comercialização, devido à sua perecibilidade e forte redução de demanda por parte dos consumidores e, principalmente, dos comerciantes do setor de restaurantes e hotelaria, fechamento das escolas e suspensão das feiras livres nos períodos mais críticos da pandemia, o que prejudicou bastante este setor, cujos produtores são em sua maioria da agricultura familiar ou pequenos produtores. (CONAB, 2022 p.13)

As CEASAS fizeram a gestão da pandemia sob as orientações da FLAMA, enfrentando o baixo aproveitamento dos espaços físicos e da forte redução das atividades comerciais. Apesar das dificuldades, as CEASAs brasileiras contaram com apoio de instituições públicas, de Organizações Não Governamentais e das organizações dos agricultores, permitindo que as cadeias produtivas fossem paulatinamente se reorganizando e se ajustando a um cenário imposto pela crise sanitária global (CONAB, 2021).

3.6 Formas de inserção da agricultura familiar nas CEASAS

As formas de inserção dos agricultores e agricultoras familiares nas Centrais de abastecimento brasileiras se dão a partir da disponibilização de espaços para escoamento da produção para terceiros, ou, em um “ponto de reunião de agentes de comercialização” (MOURÃO, 2008, p. 7), de forma análoga às demais encontradas nos mercados da América Latina (FAO - FLAMA, 2020).

As CEASAS disponibilizam os denominados Mercados Livre do Produtor (MLP), próximos às zonas produtoras, para estreitar o elo entre produtor e mercado. Dentre os objetivos de criação desses espaços, está a possibilidade de propiciar “maior bem estar (...), limitando às ações dos intermediários desnecessários, permitindo uma concorrência benéfica para vendedores e compradores” (ABRACEN, 2007. p. 5). Tal como o nome já indica, a regulação desses mercados é livre, com entrada e saída dos produtos obedecendo apenas à conveniência de compradores e vendedores, em negociações que, no geral, dispensam as formalidades de contratos escritos. Essas estruturas foram instaladas por pelo menos 39 entrepostos com mercados do produtor (MLP) com 21.574 produtores cadastrados no Brasil.

Verifica-se que o esforço institucional das CEASAS na direção da agricultura familiar acompanhou o governo brasileiro quando expandiu, a partir da década de 2000, os canais de comercialização, por meio de políticas públicas de compras de alimentos. O Programa de Aquisição de Alimento (PAA), o Programa de Vendas em Balcão (ProVB) e a Política de Garantia de Preços Mínimos para os Produtos da Sociobiodiversidade (PGPM-Bio) sob gerenciamento da CONAB são alguns dos exemplos que se destacam (GRISA, SCHNEIDER, 2015).

Guardando o cumprimento das funções dos MLP, o Plano Nacional de Abastecimento Alimentar de 2007 adicionou outras ações consideradas pertinentes para melhorar o desempenho dos “responsáveis pela produção e distribuição de produtos agrícolas” nas Centrais. Especificamente, o Plano menciona incentivar o produtor nas seguintes direções:

Maior aproximação com o mercado consumidor, comercializando seus produtos diretamente ou através de suas associações de classe; [...]; aumento geral da renda agrícola familiar, promovido pelos melhores preços obtidos com a

racionalização da produção e com a modernização dos serviços de distribuição e comercialização dos produtos; possibilidade de desenvolvimento tecnológico de todo o processo de produção agrícola e de sua participação no mercado sem excesso ou escassez de oferta de hortigranjeiro (ABRACEN, 2007. p.5)

Ao que acrescenta, atingirão os objetivos citados as Centrais que implementarem um Programa de Produção Programada de Hortícolas, estruturado com base no calendário de comercialização das CEASAS (ABRACEN, 2007. P.5).

No cerne dessa questão, está a conformidade de uma infraestrutura voltada para a produtividade e para a modernização dos serviços comerciais que foram um sucesso para “um pequeno número de produtores e de suas associações que, conseguindo permear a ação dos atravessadores têm tido acesso às CEASAS” (ABRACEN, 2007. p.23).

A noção de “permear a ação dos atravessadores” leva a se entender, a luz das reflexões trazidas por Cunha (2013) e por Brandão et. al., (2020) que este projeto foi igualmente estruturado pela concepção inicial na qual os agricultores estariam sujeitos, inevitavelmente, à dinâmica imposta pelos atravessadores. Isso quer dizer que o elo entre a zona produtiva e o mercado local não tem se constituído como uma estratégia eficaz para reduzir o repasse da mercadoria.

Outros dados da Conab (2009) indicam que apenas 24 entre as 33 Centrais desempenharam ações voltadas para conectar o mercado ao produtor rural. Entre essas, 12 Centrais trabalham nos entrepostos enquanto três outras dão assistência no campo e mais outras três têm programa de agroqualidade. De acordo com dados registrados pela Conab (2009) há uma atuação mais visível no busca da agroqualidade entre os estados de Minas Gerais, Bahia, Goiás e Piauí.

Minas Gerais aparece como o único estado cuja central de abastecimento atua concomitantemente com políticas de assistência técnica ao produtor no campo e no entreposto, além da política de agroqualidade, que se insere na produção orgânica e agroecológica. Os demais citados atuam com assistência técnica no campo e no entreposto. Surpreendentemente, porém, a Central de Pernambuco, como no quadro 3.1 mais adiante, não tem suas pontuações pontuadas nestes registros, mesmo dispondo de dois galpões destinados à agricultura familiar.

Como destaca Cunha (2013), a maioria dos 21.574 produtores rurais cadastrados como fornecedores das principais CEASAS estão sem distinção da sua paridade. Não sem razão, há, segundo o autor, uma escassez na identificação dos produtores. Poucas são as Centrais que identificam e diferenciam agricultores familiares em seus cadastros de produtores. De acordo com esse autor, a informalidade acerca das práticas comerciais gera imprecisão nos números, dificultando que se tenha um panorama do perfil dos produtores nos MLP. Mesmo assim, com base na sistematização, o autor chega a um número bem inferior ao citado, admitindo uma população em torno de 9.000 de produtores frequentadores das CEASAS.

Nesse caso, as Centrais classificadas como Mercados Locais agregam apenas 3,1% da oferta dos produtores. Já nos Mercados Regionais, 17% da comercialização vêm deste setor. Com maior peso, os Mercados Nacionais lideram com 80% do total comercializado diretamente dos produtores.

A pesquisa sublinhada faz referência a 7 estados da região Nordeste contando com 2.000 produtores rurais cadastrados, mais especificamente, 800 do estado do Ceará e 200 no estado da Paraíba.¹⁷

A experiência da CEASA Minas se destaca pela identificação de 977 (48,1%) agricultores familiares entre os 2.031 produtores rurais cadastrados. Nesse sentido, é a única CEASA reportada no estudo de Cunha (2013) que distingue qualitativamente seus produtores.

Vale referenciar aqui a evidência da classificação de produtores registrados entre um universo de 294 permissionários da CECAF, entre agricultores comerciantes e agricultores produtores, além de outros inscritos como agricultores orgânicos, no âmbito do galpão Reciflor.

Há casos excepcionais dos MLP com forte agregação da produção local de FLV, como o de Minas Gerais e o de Juazeiro do Norte. Políticas públicas voltadas aos interesses dos produtores têm contribuído para que haja uma maior integração da produção dos agricultores locais.

¹⁷ Interessante notar que os agricultores cadastrados da CECAF não aparecem, mais uma vez, contabilizados nessa lista.

QUADRO 3.1 - Ações sociais voltadas para o produtor rural nos sistemas atacadista brasileiro.

UF	Empresa	Assistência na comercialização	Assistência na produção	Agroqualidade
SP	Ceagesp	X		X
MG	CEASAMinas	X	X	X
RJ	CEASA-RJ	X		
PR	CEASA-PR			X
BA	MP Juazeiro	X	X	
GO	CEASA-GO	X	X	
SP	CEASA- Campinas	X		
ES	CEASA-ES	X		
CE	CEASA-CE	X		
DF	CEASA-DF	X		
PB	Empasa		X	
PI	CEASA-PI	X	X	
SP	Craisa	X	X	
MS	CEASA-MS	X		
	TOTAL 14	12	6	3

Fonte: Quadro elaborado pela autora a partir de CONAB (2009)

No caso da MLP da CEASA/Juazeiro, por exemplo, um movimento de integração da produção agrícola de FLV à indústria, em projetos públicos de irrigação no Sertão do São Francisco tornou essa cadeia de grande relevância para o semiárido nordestino (BARBOSA, 2004).

Essa dinâmica produtiva exerce influência direta e indiretamente entre os agricultores familiares em suas práticas de interação com o setor comercial global (CAVALCANTI, WANDERLEY, NIEDERLE, 2014). Assim, na medida em que atendem a padrões globais de qualidade, tornam-se melhor posicionados no mercado. Isso colocou este MLP no terceiro lugar no *ranking* das Centrais, ficando atrás da CEAGESP e CEASA Minas. O estudo de Barbosa (2004) identificou que este MLP chegou a comercializar 80 mil toneladas/mês de cebola, melancia, banana e melão adquiridos em zonas produtivas locais. Por sua vez, Gomes (2022) apontou que as frutas comercializadas neste MLP estão abastecendo grandes Centrais como a CEAGESP, CEASA Rio e CEASA Minas.

Referindo-se ao perfil dos produtores no Mercado Livre do Produtor-MLP da CEASA-GO, Eugênio (2018) identificou os dois perfis de agricultores mais presentes nesses espaços: o primeiro é de horticultores de cinturões verdes das proximidades e o segundo corresponde a agricultores arrendatários. Um obstáculo para agricultores

menos capitalizados é o fato de precisarem se apropriar de espaço nesses mercados de forma análoga a dos comerciantes permissionários, o que incide em altos custos no aluguel das instalações. Esse perfil de agricultor reside nas propriedades e estão mais voltados para “a cultura local, participando mais ativamente das festividades do campo e da cidade” (EUGÊNIO, 2018, p.94).

Como admitem ainda este autor, os agricultores arrendatários elaboram estratégias estimuladas pela permanência de um canal de comercialização de venda direta de seus produtos. E, quase sempre, desenvolvem uma maior percepção empresarial do controle do custo de produção, com tecnologias nas lavouras e informatização da cadeia produtiva.

Como explica Mourão (2008, p. 7), apoiar o atravessamento é a essência do funcionamento das Centrais em sua gênese, visto que, do ponto de vista do trabalho exercido, não há produtores nas CEASAS.

Muita gente ainda não entendeu esse conceito. É comum ouvirmos que a CEASA é um antro de atravessadores e que o produtor não tem vez. Na verdade, o ambiente do mercado é de comércio. Ao atravessar a porteira de sua fazenda, o produtor vira comerciante.

Esse pensamento tende a igualar produtores e atravessadores, levando-nos a compreensão de que o produtor é incluído quando exerce seu papel de negociador. Papel esse que faz parte da sua reprodução social (GARCIA Jr., 1987).

Com efeito, as Centrais brasileiras estão “destinadas à comercialização atacadista, utilizando os agentes privados que atuam nos mercados tradicionais de hortigranjeiros, de pescado e de outros perecíveis” (CONAB, 2009, p. 5). Ao que observa Belik (2015, p.26) apoiar a fragmentação da cadeia no atravessamento em detrimento da multiplicação de experiências de canais locais de comercialização se trata de uma “completa desarticulação” e “irracionalidade do abastecimento” das CEASAS que, ao invés de atuar na “organização dos produtores locais, compram a maioria dos seus produtos a mais de 600 km de distância”.

Como já mencionado por Mazon (2010), a noção de progresso técnico por parte dos gestores, voltada para eficiência e lucro com base no preço e no volume ofertado, tem favorecido essa desarticulação. Cunha (2014) identifica certo consenso entre os gestores em torno do estímulo ao atravessamento, como forma de evitar o

protagonismo do produtor na comercialização e conseqüentemente o seu afastamento das atividades rurais, para as quais, segundo admitem, deveria estar voltado.

De todo modo, observa-se, de um lado, o modelo setorial marcado por minimizar as dinâmicas internas e plurais do meio rural e, de outro, o modelo territorial que legitima as economias locais, os ecossistemas e as relações comunitárias, nos moldes de um desenvolvimento rural descrito por Wanderley (2011). Tendo o primeiro dominado os projetos políticos do país, considera-se que o sistema CEASA dispõe de uma perspectiva reducionista sobre as atividades comerciais que compõem as formas de reprodução social complementam a renda das famílias rurais.

Há uma concepção de que, ao focar em aumentar a renda rural, favorecendo a difusão de técnicas modernas de produção e gerenciamento da produção, o desenvolvimento rural cumpre com o impulsionamento do mercado promovido pelo sistema atacadista, como destacado por Cunha (2013, p. 3):

A noção de território e de cultura local, de organização social e comunitária, e em essência, das relações sociais não faziam parte do arcabouço teórico e institucional que norteou a criação do modelo brasileiro de comércio atacadista. Esta certamente é uma das razões pelas quais as CEASAS têm tanta dificuldade em implantar programas efetivos de desenvolvimento rural e de apoio à agricultura familiar.

Complementando, mais tarde:

É necessário entender o DNA das trocas atacadistas, para entender por que não podem fazer políticas mais eficientes. [...] Os espaços de uso gratuito para os produtores rurais foram gradativamente convertidos em espaços privados. Com efeito, a lucratividade das atividades comerciais derivadas da intermediação (funcional ou especulativa) incentiva os agricultores a mudar seus negócios da produção para a comercialização, mantendo a atividade produtiva apenas como passaporte para uso no mercado (CUNHA, 2014, p. 71, tradução nossa)

Nesse contexto, um modelo de desenvolvimento local que promova a competição produtiva por qualidade territorial fica à margem da organização da vida rural para o mercado que privilegia a competição por preço e volume. A organização das Centrais pautada na larga escala e na eficiência dos fornecedores pode estar relacionada à ideia discutida por Maluf e Luz (2017), de que o abastecimento alimentar é uma questão produtivista. Nessa perspectiva, apoiar os mercados e a agricultura familiar só faz sentido quando há condições de aumento de produtividade e da vazão dos produtos.

Esse foi o caso observado durante a pesquisa empírica, sobre o qual se debruça o próximo capítulo. Nesse momento, o departamento responsável pela Feira de Orgânicos tinha como meta principal da pauta das reuniões com os agricultores, o questionamento e cobrança do aumento da produção. Compreende-se que, ao se colocar a previsibilidade da demanda em primeiro plano, essas ações acabam por desconsiderar que sem assistência técnica e crédito dificilmente a cadeia produtiva desses agricultores vai se desenvolver. Dentro dessa lógica, as Centrais de abastecimento e sucessivamente seus galpões se valem como espaços que privilegiam a funcionalidade dos agentes dominantes da comercialização.

Isso recai na discussão sobre rastreabilidade e atributos territoriais, como chamam a atenção Wilkinson (2008) e Niederle e Radomsky (2017), ao trazerem à tona a forma como muitos dos atributos territoriais que qualificam produtos orgânicos e locais resultam da consolidação de sujeitos que manejam os aparatos técnicos dos produtos para imprimir valores do dinamismo local da comunidade e da sua história territorial.

Uma entrevista ocorrida durante a fase empírica desta tese convergiu com o conjunto de adversidades alusivas à inserção do produtor rural por aqueles que organizam as Centrais. Em uma ligação entre a pesquisadora e um gestor da ABRACEN vinculado a uma CEASA do estado de Alagoas, este último argumentou que a agricultura familiar não tem representatividade no Nordeste.

Na visão daquele gestor, os poucos agricultores encontrados na região, não estão interessados pelas Centrais pelos motivos abaixo elencados, o que justificaria a prevalência dos comerciantes:

O agricultor não quer estar no CEASA porque vão todos para as feiras. Os que querem ir pro CEASA, não tem produção. Esse pessoal quer continuar pobre, produzindo pouco. E sem Emater não tem como trabalhar a produção. A verdade é que, com exceção da Bahia, não tem muitos agricultores familiares aqui no Nordeste. Entrepostos que têm produtor são pequenos, municipais. Não compensa uma estrutura tão cara para não ser ocupada e ser tomada pelo pessoal, pelos comerciantes (Gestor/ABRACEN, abril, 2021).

Tal assertiva sobre a não representatividade do contingente no Nordeste não está em conformidade aos dados do IBGE de 2017, quando, como já sublinhamos neste trabalho, 47% do total dos estabelecimentos rurais familiares do país encontram-se nesta região. Da mesma forma, a composição de uma pauta por parte das organizações da

agricultura familiar em Pernambuco, que inclui a construção de centros de comercialização atacadistas, realça o comprometimento dos agricultores com as Centrais (GRITO DA TERRA - PE, 2011; GRISA NIEDERLE, LE COQ, CRAVIOTTI, BORRAS, RUIZ DIAZ, ALBARRACIN, 2022).

Essa busca dos movimentos camponeses por mercados é avaliada por Ploeg e Schneider (2022) em termos de uma autonomia tripartida, envolvendo um conjunto de atores sociais entrelaçados por atividades orientadas por implementar uma agenda política voltada para os canais comerciais que não seja ofuscada ou ditada por influências externas.

Para a CONAB (2020), a participação da agricultura familiar nas CEASAS está predominantemente presente no setor de folhosas, geralmente cultivadas em pequenas propriedades. Apesar da pandemia e das suas consequências já sublinhadas, o setor das FLV movimentou, no âmbito das centrais, em torno de 16 milhões de toneladas de hortaliças e frutas, o equivalente a cifra de R\$ 42 bilhões.

Verifica-se que as ações direcionadas especificamente à agricultura familiar apareceram, pela primeira vez, no Plano de Modernização de 2012. A recomendação ao atendimento à Política Nacional da Agricultura Familiar (Lei 11.326/06) no Plano Nacional de Modernização das CEASAs marca o principal direcionamento para a agricultura familiar no âmbito do sistema atacadista. Admite-se, assim, a necessidade de execução, por parte das Centrais, de políticas centradas na “agroqualidade e sustentabilidade” e no apoio aos “produtos da agricultura familiar, da agroecologia e das populações tradicionais” (ABRACEN, 2012, p. 30).

Não sem razão, os dados institucionais consultados neste capítulo têm indicado os Centros de Referência como os mercados que têm demonstrado mais interesse político em realizar projetos de apoio ao produtor rural. Nessa perspectiva, as centrais nacionais, ainda que mais distante da zona produtiva, agregam mais produtores do que as centrais de menor porte.

Assim, à distância com a produção rural não se revela como o fator mais limitante para o apoio ao produtor rural, considerando as condições favoráveis de inserção dos produtores rurais oferecidas pelos Centros de Referência quando comparados a outras tipologias de mercados atacadistas (FAO - FLAMA, Boletim 7, 2020). Compreende-se

que, de outra forma, aquelas centrais mais herméticas politicamente se distanciam desses propósitos. De todo modo, os dirigentes dos entrepostos relatam que, em alguns casos, a incipiência de participação dos agricultores familiares inviabilizaria a ampliação das estruturas de apoio.

Entretanto, a falta de clareza sobre o significado das categorias sociais em jogo, ajuda na incompreensão das especificidades que caracterizam os diversos usuários desse sistema, bem como suas principais demandas. A “agricultura familiar” entra num uso conceitual genérico de produtor rural, ou de pequeno produtor, desconsiderando uma definição mais focada no caráter familiar dos estabelecimentos agrícolas, revestido de suas raízes camponesas, nos moldes descritos por Wanderley (2009).

O próprio nome do galpão como Mercado Livre do Produtor – MLP, já denuncia uma falta de clareza sobre a composição social dos produtores e a ausência de uma distinção no interior desse grupo. Assim, faz-se necessária uma concepção que venha reconhecendo as Centrais como espaços de trocas, de relações sociais e tradições comerciais e culturais, levando a agricultura familiar a ser tratada como setor específico, distinto da pequena produção rural (BELIK, CUNHA, 2015).

A ABRACEN (2021, p.31) reconhece a necessidade de “elaborar um estudo propositivo e uma legislação que certifique os direitos dos permissionários já instalados, privilegiando produtos e produtores ligados à Agricultura Familiar” para apoiar a disseminação de políticas públicas que beneficie esses últimos. Não há registro na ABRACEN sobre a quantidade de galpões voltados para a agricultura familiar nas CEASAs, dificultando a instituição de implantar políticas sociais de inserção da agricultura familiar.

Para Belik (2015), a promoção de ações voltadas para a ampliação e adequação da infraestrutura, que permita a inserção da produção dos agricultores familiares nos mercados, permitiria a sua inserção mais competitiva tanto nas cadeias curtas, como nas cadeias globais de fornecimento.

Ainda para Belik (2015), o sistema atacadista exerce um papel primordial na consolidação das preocupações comerciais imediatas, mas também à indução de políticas públicas. Nesse contexto, é necessário criar, segundo esse autor, uma

intrínseca relação entre uma política de assessoria técnica e de extensão rural para alicerçar a inserção dos agricultores produtivos nestes mercados atacadistas.

Diferentemente do estímulo ao aumento de produção para manter-se competitiva em tempos de expansão dos mercados de larga escala, a agricultura familiar necessita, segundo Wilkinson (2008), estar submetida a um processo de atualização permanente. Para esse autor, essa atualização se pautaria, especialmente, em termos de inovações organizacionais de ação coletiva, por meio da formação de cooperativas e associações. Apesar do potencial dessas iniciativas, não se encontra, no documento da ABRACEN, referência à importância das associações e cooperativas para o fortalecimento da agricultura familiar.

Em sentido contrário a esse documento, observou-se um esforço significativo do CEASA de Pernambuco, em Recife, em enaltecendo a importância das associações e cooperativas na criação de espaços específicos de apoio à agricultura familiar. Tanto que, os documentos sinalavam a necessidade de paridade entre as instituições representativas da agricultura familiar e da sociedade civil. Situação semelhante fora encontrada na literatura com as experiências de criação do galpão no Rio Grande do Norte e um outro em Brasília, ambos voltados para esse fim.

Em Pernambuco, esse esforço se materializou, em 2005, com a criação da Central de Comercialização da Agricultura Familiar (CECAF) e, em 2008, com a instalação da Feira de Orgânicos do CEASA/PE. Mesmo criada com o objetivo de apoiar a agricultura familiar, a CECAF foi, desde o início, reformulando o seu público-alvo, passando a incorporar outros permissionários que já participavam do CEASA-PE. Por sua vez, a Feira de Orgânicos, ao contrário do CECAF, inclui efetivamente os agricultores familiares e conta com os seus mecanismos de organização comunitária na regulação dos preços e da comercialização. A forma como consensos, acordos e desacordos são permanentemente elaborados e reelaborados em ambos os espaços coloca os agricultores em distintas condições de participação em práticas comerciais, que serão tratadas mais adiante, no âmbito das preocupações deste estudo.

CAPÍTULO IV - INSERÇÃO DA AGRICULTURA FAMILIAR NO CEASA-PE, INSTITUIÇÕES E DINÂMICAS SOCIAIS ENVOLVIDAS

4.1 O CEASA de Pernambuco - CEASA-PE

Passando pelas mesmas crises que as demais CEASAs brasileiras, decorrente, como já sublinhado neste trabalho, do avanço do setor supermercadista na década de 1990, o CEASA-PE foi tornando-se obsoleto, exigindo uma reforma administrativa. Fato que aconteceu em 2004, dentro do projeto de modernização das suas estruturas¹⁸.

Nesse contexto, o Governo de Pernambuco estabeleceu uma parceria entre a Secretaria estadual de Agricultura e Reforma Agrária e sociedade civil, formada pela Associação dos Usuários e Comerciantes do CEASA/PE (ASSUCERE) e pelo Sindicato do Comércio de Hortícolas, Flores e Plantas do Estado de Pernambuco (SINDFRUTAS), dando origem a uma Organização Social – (O. S). Nesse momento, surge uma nova gestão, contando com a participação dos seus permissionários no seu corpo administrativo. Segundo Nascimento (2008), um conselho gestor formado por esse grupo passa a determinar, por meio da O.S, a gramática das funções operacionais e sociais desenvolvidas por este centro de abastecimento. Assim, o CEASA-PE passa a se caracterizar como a única experiência brasileira com esse formato jurídico (CONAB, 2009).

De acordo com Fávero (2005), a gestão hídrica nos moldes aplicados por esta central tem sido efetiva, em termos de adequação logística aos padrões globais. Nessa direção, a Diretoria Técnica Operacional (DTO) e o Departamento Técnico DETEC a ela vinculado são responsáveis pela geração de dados e informações sobre o mercado, contribuindo com o Prohort e estão à frente da gestão do galpão de orgânicos e da horta.

A Gerência de Mercados administra os demais galpões, incluindo a Central de Comercialização da Agricultura Familiar – CECAF, por meio do recolhimento dos

¹⁸ O CEASA-PE O.S foi mencionado como “CEASA-PE” e “Centro”, enquanto os demais entrepostos brasileiros foram delineados como “centrais” e “sistema atacadista”. A CECAF por sua vez, é mencionada nesta tese como “central” enquanto a Feira de Orgânicos do CEASA-PE é eventualmente citada como “feira” ou “Feira de orgânicos”.

aluguéis e taxas de uso da pedra. Além disso, essa gerência coordena os funcionários técnicos de área, isto é, aqueles funcionários que lidam direta e cotidianamente com os permissionários.

Assim como as demais centrais, o CEASA-PE- O.S executa tais ações conduzidas por um regulamento que estabelece normas comerciais, padrões logísticos, direitos, deveres e restrições locais para o cumprimento das ações por parte dos permissionários. Tal regulamento recai sobre os 1.330 permissionários entre comerciantes e distribuidores, segundo dados do site oficial do CEASA-PE. Há, entre eles, cerca de 350 permissionários não fixos dos galpões, compostos por comerciantes produtores, cuja parte dos produtos comercializados é produzida por eles próprios ou por associados.

Em caso de utilização de veículos de carga, todas as categorias de permissionários estão sujeitas ao pagamento de um dado valor, na entrada do entreposto. Durante a visita de campo foi possível observar que há também ambulantes que negociam pequenas quantias de quiabo, feijão, coentro ao ar livre em carros de mão, sinalizando um contingente bem maior de participantes, que comercializa fora dos galpões, do que aquele formalmente identificado nos dados oficiais.

Dentre as normas referentes ao uso dos galpões, destacam-se duas formas distintas de uso dos espaços, para os comerciantes fixos e comerciantes não fixos. Para os primeiros, existe um contrato de aluguel pautado num termo de permissão de uso com pagamento mensal. Os comerciantes não fixos limitam-se ao pagamento por área ocupada pelo uso do metro quadrado da “pedra”, sem o adicional da carga. A “pedra” faz parte dos espaços físicos internos dos galpões e a sua ocupação é sempre temporária¹⁹.

Entre os permissionários não fixos, estão os agricultores periurbanos que cultivam hortaliças em 34 hectares de terras, distribuídos em seis alças rodoviárias sob jurisdição do Departamento estadual rodoviário - DER, entre as BRs 101 e 232, no perímetro urbano de Recife. Foi possível observar que, localizando-se ao redor desta central, esses agricultores atravessam as rodovias com carros de mão, locomovendo-se no entreposto sem requerer o pagamento de uma taxa de carga²⁰.

Possuindo 580 mil m², ocupados por 48 galpões, o CEASA-PE/O.S registra uma

¹⁹ A título de exemplo, dois metros quadrados seriam equivalentes ao pagamento de duas pedras.

²⁰ Alça é um termo técnico designado pelo DNIT para os anéis viários das vias das BRs.

circulação de 65 mil pessoas por dia, em 13 mil veículos domésticos/ dia e 17 mil/mês veículos carregados de mercadorias com um valor comercial médio de 300 milhões de reais. Estima-se que a dinâmica deste CEASA gere, direta e indiretamente, 46.000 empregos²¹. Para cumprir o serviço de apoio à comercialização, o CEASA-PE oferece uma infraestrutura de fornecimento de energia, água, esgoto, manutenção destas estruturas, além de serviços como fiscalização, controle de trânsito, sanidade e vigilância.

Os galpões são divididos a partir de um padrão funcional, no qual os vegetais são agrupados por tipos específicos. Os galpões de comércio fixo são, de uma maneira geral, fechados e subdivididos em lojas. Já os galpões abertos são divididos por metro quadrado da pedra. No que tange a origem da produção comercializada, os produtos são oriundos das regiões Nordeste, Centro Oeste, Sudeste e Sul, com exceção, portanto, da região norte.

Ainda que se registre um montante de produção de Pernambuco escoado no CEASA-PE, os estudos de Cunha e Belik (2012) chegam a identificar este entreposto como uma central de articulação fraca para a produção regional, articulação moderada para a produção local, sendo identificado predominantemente como entreposto de importação nacional.

No que se refere aos galpões dedicados ao produtor rural, são disponibilizados três galpões denominados Galpão Livre do Produtor (GLP) I, II, III, para o uso de produtores análogos aos MLP (Mercado Livre do Produtor). Em termos de dimensão estrutural, o CEASA-PE tornou-se, até o momento, o 4º maior entreposto do Brasil e o 1º do Norte e Nordeste (CEASA, 2020). No âmbito da comercialização, dados de 2021 indicam que este entreposto comercializou 694.488 milhões de toneladas de FLV no último ano, ficando em 7º lugar no ranking nacional (CONAB, 2021).

Ainda que não tenha sido possível mensurar o quanto a agricultura familiar está dentro dessa comercialização, a Conab (2021) menciona que, em termos da comercialização da raiz de mandioca, estima-se uma quantia de 2 mil toneladas/mês em 2021, colocando o CEASA-PE em 1º lugar na produção oriunda da agricultura familiar.

O CEASA-PE/O.S foi submetido às mesmas imposições sofridas pelos demais

²¹ Informações recolhidas no site oficial do CEASA-PE.

mercados atacadistas de 4ª geração. A estruturação operacional do sistema das embalagens, que teve como marco temporal o ano de 2002, foi uma delas. Nesse mesmo ano, se iniciou a substituição das caixas de madeira por caixas plásticas modelo 6424 e 6431, em conformidade com a Instrução Normativa Conjunta nº 009.

Observando a substituição das caixas sortidas pela caixas do padrão 6424 e 6431 no uso da banana prata, Mazzoni (2014) identificou que o uso anterior do modelo de madeira gerava dois tipos de problemas no CEASA-PE: a desproporcionalidade do volume de produtos a granel e a impossibilidade de encaixe das caixas sortidas nas carrocerias dos veículos. As caixas plásticas, ao contrário, por possuírem uma simetria de encaixe, evita o contato direto do produto no solo como a melhoria no empilhamento, permitindo um melhor controle da quantidade de produtos e a redução de perdas físicas.

Referindo-se particularmente aos comerciantes de laranja pera no CEASA-PE, os estudos de Marques et. al., (2017) e Silva, Vital e Ferreira, (2018) chamam a atenção para a perda da qualidade e a perda física do produto pelas más condições de acomodação nas caixas sem especificação, incidindo em um alto grau de incerteza vivido pelos envolvidos nesta cadeia. Em comparação com as caixas de madeira, os autores identificaram que o uso das caixas 6424 pelos permissionários são mais eficientes, pois não somente tem diminuído os custos de transação e elevado a qualidade, como tem permitido maior eficiência na realização de vendas por contratos formais.

Essa normativa é destinada a prevenir desperdícios, contaminação e outros custos adicionais, relativos às perdas produzidas por embalagem e transporte inadequado dos produtos. Atende também às exigências do mercado internacional e da Lei nº 9.972 do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, sancionada em 2000. O projeto incluiu a construção, por parte do CEASA-PE, de um galpão para instalação de uma empresa de venda e limpeza das caixas. Uma parceria entre o Programa de Pós Graduação em Administração Rural e em Agronomia da Universidade Federal Rural de Pernambuco (PADR/UFRPE) e o CEASA-PE, culminou na instalação de um banco de caixas em 2001.

De acordo com Mazzoni (2014), esse sistema inicia-se com a entrega das caixas usadas pelo comerciante, que, no ato, recebe um cartão que permite a retirada de uma

quantidade de caixas que foram por ele depositadas sujas, trocando pela mesma quantidade de caixas higienizadas. A Vale Suprimentos Ltda foi designada como a concessionária do serviço de higienização e implantação das embalagens, tendo iniciado as suas atividades em 2009. Essa concessionária chegou a higienizar uma média de 800.000 caixas/mês até 2019, quando o projeto de banco de caixas foi descontinuado (ALBUQUERQUE, 2012) ²².

A pesquisa de Moraes (2017) indicou uma resistência por parte dos agricultores em substituir sacolas plásticas pelas caixas 6424, devido ao custo de comprá-las e lavá-las, mostrando-se também como inadequadas às particularidades geográficas de algumas propriedades rurais, dificultando a colheita da produção e a locomoção dos produtores pelos sítios.

Destacam-se as ações de cunho social e ambiental voltadas para a redução de desperdício de alimentos e para o desenvolvimento rural previstas no estatuto social do CEASA-PE/O.S, de 2015. Entre os objetivos, estava o de contribuir para o desenvolvimento econômico e social de Pernambuco, por meio da implantação de políticas públicas:

Formas cooperadas e multidisciplinares, soluções técnicas adequadas às necessidades de inovação e modernização para [...] o desenvolvimento econômico e social de Pernambuco, da Região Nordeste e do Brasil. Apoiar a concepção e implantação de políticas públicas de desenvolvimento, abastecimento e produção agrícola (CEASA-PE/O.S, 2015, p. 02).

Nessa direção, estão os trabalhos efetuados para o combate ao desperdício de alimentos como o Programa “Leite para Todos” e “Sopa Amiga”, contemplando na ordem de 108.000 e 10.000 pessoas com doações (CEASA, 2019) ²³. Para a promoção de produtores rurais no CEASA-PE (2015, p.3), prevê entre seus objetivos “conceber treinamentos e cursos de capacitação [...] do trabalhador, dos produtores e empresas para o mercado”, além de “prestar serviços de assessoria e consultoria na área de abastecimento alimentar”.

O CEASA-PE tem atuado com produtores rurais, por meio de três projetos sociais

²² Informações no site oficial do CEASA-PE/O.S.

²³ Informações recolhidas através dos meios de divulgação oficial: <https://www.ceasape.org.br/noticias/ceasa-pe-orgulho-de-pernambuco>. Ver mais em Shinohara, (2020).

iniciados entre 2005 e 2008. O primeiro a ser destacado é o projeto Hortas Comunitárias, criado em 2008, para atender populações urbanas circunvizinhas e famílias agricultoras da região da Zona da Mata Canavieira do estado. Mediante um cadastro e um contrato de permissão de uso do solo, o centro reconheceu a importância destas populações que, historicamente, cultivam nos terrenos circunvizinhos do entreposto.

O Projeto e os contratos de permissão de uso do solo estão sob a administração de uma Organização Não Governamental (ONG) chamada de Pedra d'água, que fica responsável em assegurar as obrigações e os direitos dos agricultores. Esse projeto é coordenado pelo DETEC em parceria com o SINDFRUTAS, mostrando, assim, a natureza interinstitucional e a articulação política presentes em projetos do CEASA-PE.

Nascimento (2008) analisando o recuo do Estado na administração desta Central argumenta que o lado da sociedade civil da Organização Social - O. S, representada pela iniciativa privada, tem permitido maior controle de grupos externos sobre a dinâmica do entreposto.

Ao identificar relações estreitas entre agentes comerciais e institucionais que resultaram na formação desta O.S, a autora constatou ainda que o estabelecimento deste formato jurídico não fora suficientemente capaz de permitir que os permissionários competissem de forma justa, sob as mesmas condições e estruturas. Novos padrões de gestão têm impactado as relações políticas entre os comerciantes, não apenas nas centrais atacadistas do Brasil, mas em outros países, como a Argentina. A relação entre controle do funcionamento cotidiano dessas estruturas e poder político dos atores envolvidos é um dado que vem sendo destacado (VITERI, ARCE, 2009).

Ademais, destaca-se a ocorrência de projetos voltados especificamente para a agricultura familiar. O atendimento a agricultura familiar faz parte dos objetivos previstos por estatuto, que prevê a cooperação interinstitucional para promoção da atividade comercial dos agricultores:

Criar condições para implantação da cooperação e parceria, entre instituições privadas e públicas na área de abastecimento e produção; [...] Desenvolver ações no sentido de fomentar o marketing e a promoção comercial do ambiente de negócios dos usuários fixos ou eventuais do CEASA- PE/O. S., bem como os produtores oriundos da agricultura de base familiar (CEASA-PE/O.S, 2015, p. 2).

Dessa forma, a agricultura familiar foi inserida oficialmente com a instalação da

Central de Comercialização da Agricultura Familiar (CECAF) e da Feira de Orgânicos no galpão Reciflor. Trata-se de galpões para exclusividade do público de agricultores e agricultoras familiares do estado.

O DETEC é responsável por ambos os projetos. No entanto, no caso da CECAF, articula-se com outro setor que é a Gerência de Mercado, atuando na linha de frente com os permissionários do galpão. O CEASA-PE se distingue dos demais centros de referência por acomodar galpões para os agricultores, diferentemente dos mercados locais concentrados em pequenos municípios próximos às regiões produtivas. Sendo a Secretaria de Agricultura de Pernambuco a organização pública gestora da administração do centro, pode-se dizer que os trabalhos citados cumprem a sua função pública.

O modo como os mercados atacadistas contribuem para a agricultura familiar está diretamente relacionado à construção de espaços físicos exclusivos para produtores. No entanto, a verificação, em 2017, de que não foi concretizada a exclusividade do público alvo da CECAF, sendo, então, ocupado por populações de permissionários localmente denominados de *comerciantes parceiros*. Assim sendo, compreende-se que não foi concretizada a exclusividade do público de agricultores familiares na CECAF.

Esta análise sinaliza, da mesma forma, que o estímulo ao associativismo e à organização comunitária não foi incluído na gestão dos entrepostos, bem como na elaboração de instrumentos de promoção do desenvolvimento local para os agricultores. Cientes do panorama sublinhado, a ocupação deste galpão e a construção de similares têm feito parte da reinvenção dos agricultores do estado de Pernambuco.

Assim, os agricultores incluem dentre as estratégias variadas, o investimento em centros atacadistas:

Garantir a construção de um galpão de cinco mil metros quadrados [...] em São Lourenço da Mata, semelhante à Central de Comercialização da Agricultura Familiar (CECAF), no Centro de Abastecimento Alimentar de Pernambuco (CEASA/PE), para a comercialização de produtos oriundos da agricultura familiar e dos assentamentos reforma agrária, com prioridade para a produção orgânica. [...] Garantir a construção de centrais de comercialização para a agricultura familiar no estado, assegurando a gestão desses espaços e dos já existentes pelos agricultores/as familiares (GRITO DA TERRA PE, 2011, p. 15).

Compreende-se que existe uma complexidade que gira em torno das complementaridades e dos conflitos que estão presentes na coexistência desses grupos no CEASA-PE. Para além da inclusão de temas, a inclusão das organizações da agricultura familiar pode efetivamente os envolver no cenário institucional dos mercados atacadistas.

4.2 A Central de Comercialização da Agricultura Familiar – CECAF

A Central de Comercialização da Agricultura Familiar foi instalada em 2005, com recursos do extinto Ministério do Desenvolvimento Agrário, para atender, com exclusividade, o público de agricultores com Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP).²⁴ Distinguindo-se dos demais galpões deste entreposto, as especificidades deste espaço estão publicadas no Capítulo VI do Regulamento de Mercado que especifica a finalidade e as suas formas de uso.

O artigo § 1º determina que os produtos autorizados à venda na CECAF são definidos pela presidência do CEASA- PE.²⁵ O artigo § 2º decreta que a Diretoria do CEASA-PE pode utilizar a CECAF por outro público que não seja necessariamente de agricultores, desde que submetido a procedimentos que não caracterizem reserva e ou uso definitivo do espaço. Como quer que seja, o galpão é colocado sob a completa regulação do CEASA-PE.

Vale sublinhar que, de antemão, a governança deste galpão não foi estabelecida de modo unilateral, considerando que, na sua origem, em 2005, a diretoria do Centro tenha elaborado um plano de gestão em conjunto com as entidades de base de Pernambuco. Naquele momento, a Federação Nacional da Agricultura (FETAPE), bem como a União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária (UNICAFES), delegaram qual seria a finalidade do galpão.

²⁴ A Declaração de Aptidão do PRONAF é utilizada como instrumento de identificação do agricultor familiar para acessar políticas públicas, como por exemplo, o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar – PRONAF (MDA, 1996).

²⁵ O CEASA-PEO.S será referido nesta sessão, de maneira generalizada, como CEASA-PE.

A FETAPE foi criada em 1962 sob a alcunha de Federação dos Trabalhadores Rurais de Pernambuco (FTRP), representando as ações coletivas sindicais constituídas no estado. Uma atuação mais incisiva pelas demandas das populações rurais passou a acontecer na década de 1980, quando a FETAPE reformulou suas ações para uma maior inclusão das mulheres, pela reivindicação de políticas públicas de convivência com o semiárido e pelos atingidos pela construção da barragem em Pernambuco (MORAIS, 2020).

A UNICAFES, por sua vez, surgiu em 2005, no estado de Goiás, em um movimento do cooperativismo solidário no meio agrícola em âmbito nacional, com a missão de criar um instrumento popular que ampliasse as oportunidades de trabalho, de distribuição de renda e produção de alimentos (ALBUQUERQUE, 2014). A UNICAFES de Pernambuco está, portanto, vinculada à representante nacional, ingressando numa rede de cooperativismo solidário com aproximadamente 700 cooperativas distribuídas em 21 UNICAFES estaduais.²⁶

Na ocasião de criação da CECAF, as entidades definiram que a finalidade do galpão seria privilegiar os hortifrutigranjeiros da agricultura familiar e contar com os próprios permissionários e agricultores como intermediadores dessa comercialização:

O galpão deverá ser prioritariamente para a comercialização de produtos agrícolas de base familiar, e funcionará como livre comércio, ou seja, não haverá fixação de usuários (produtores individuais, associações de produtores, cooperativas, etc.) (PLANO DE GESTÃO CECAF, 2005. p. 5).

Dessa forma, a prática comercial equivaleria às demais transações realizadas pelo conjunto de permissionários, tendo como mecanismo o sistema de concorrência de preço. Considerando as dificuldades logísticas dos agricultores, ao que se admite que “não é apenas por questão de espaço físico que o pequeno produtor não vem à CEASA [...] optando muitas vezes pela comercialização na origem de sua região” (PLANO DE GESTÃO CECAF, 2005. p.6), há um apelo que fossem privilegiadas as organizações da agricultura familiar, isto é, as cooperativas e associações nessa intermediação:

²⁶ Os estados que dispõem de UNICAFES são Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Minas Gerais, Maranhão, Bahia, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Alagoas, Ceará, Paraíba, Sergipe, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Goiás, Amazonas, Tocantins, Rondônia e Pernambuco. Dados obtidos em meio oficial de divulgação: <https://www.unicafes.org.br/p/historico>

Caberá aos órgãos envolvidos no processo produtivo, incentivar a comercialização solidária, quer seja por cooperativas ou por associações, assim alguns entraves poderão ser sanados, como por exemplo, a questão do transporte e a própria comercialização no entreposto (PLANO DE GESTÃO CECAF, 2005. p.6)

Como sublinhado, era essencial atrair, preparar e incentivar os agricultores e agricultoras a engendram essa dinâmica comercial, uma vez que a tendência seria a de se manterem vinculados às feiras da sua região. Assim, "a capacitação técnica dos agricultores e auxiliares de produção, para obtenção de melhora da qualidade e apresentação de produtos" tornou-se de extrema importância, como enfatizado no documento (PLANO DE GESTÃO CECAF, 2005. p.6)

A primeira forma de governança da CECAF foi composta ainda em 2005 por um comitê gestor, com o propósito de planejar a comercialização no galpão, de modo a garantir o atendimento das necessidades da agricultura familiar. Este grupo foi formado por aproximadamente 14 entidades, amplamente atuantes na área da extensão rural.²⁷

Para representar o Estado, o comitê contou com a Secretaria de Agricultura e Reforma Agrária (SARA); a Secretaria de Desenvolvimento Territorial (MDA/SDT); o Instituto Agrônômico de Pernambuco (IPA), o Projeto Renascer, da Agência Regional do Agronegócio Familiar do Submédio do São Francisco (AGROMESF) e a Agência Regional de Comercialização da Mata Norte de Pernambuco (Arco Norte).

Por sua vez, as entidades representativas da agricultura familiar que estiveram presentes foram a Federação dos Trabalhadores na Agricultura (FETAPE), o Serviço de Tecnologia Alternativa (SERTA), a Cooperativa dos Profissionais em Atividades Gerais (COOPAGEL), o Centro de Mulheres do Cabo (CMC) e o Centro de Educação do Trabalhador Rural.

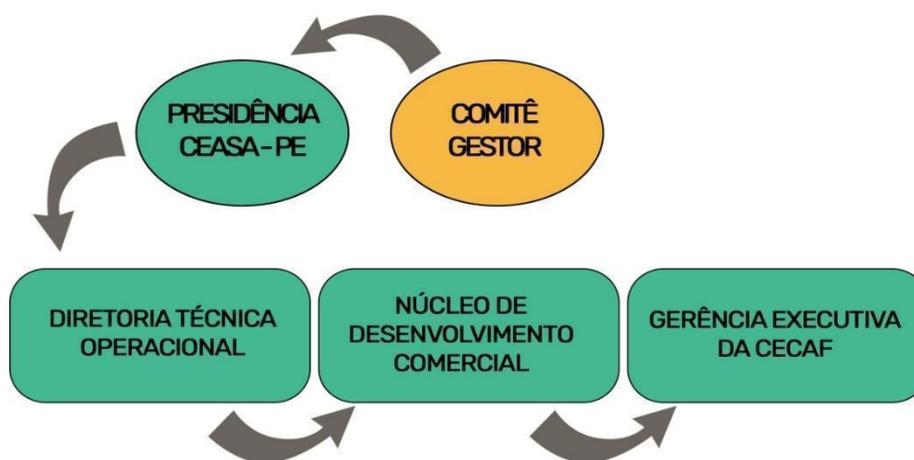
Entre as entidades representativas do setor varejista e atacadista do CEASA, que estavam vinculados à coordenação deste galpão destacam-se: o Sindicato do Comércio

²⁷ Em termos gerais, a Extensão Rural é uma política pública de atividade de assessoria técnica orientada para o agricultor familiar, sendo atualmente regulamentada pela Lei n. 12.188, de 11 de janeiro de 2010, que dispõe sobre o Programa nacional de assistência técnica e extensão rural na agricultura familiar e na reforma agrária (PRONATER, BRASIL, 2010).

de Hortícolas, Flores e Plantas de Estado de PE (SINDFRUTAS) e a Associação dos Usuários e Comerciantes do CEASA/PE (ASSUCERE). Por fim, organizações não governamentais, como a Federação de Órgãos para Assistência Social e Educacional (FASE), também compuseram a coordenação inicial deste galpão.

Durante a gestão paritária, um organograma foi pensado para a CECAF, incluindo duas instâncias de governança representativas da agricultura familiar: uma gerência executiva, vinculada a setores operacionais e uma gerência consultiva – o comitê gestor diretamente relacionado à presidência, como ilustrado abaixo:

FIGURA 4.1 - Organograma do conselho paritário da CECAF



Fonte: Elaborado pela autora com base no Plano de Gestão da CECAF (2005).

Tal como previsto no Plano de Ação, as entidades envolvidas planejaram uma formação de agricultores e agricultoras no campo da organização produtiva, como forma de estímulo à sua participação em associações e cooperativas. Tal capacitação seria oferecida nos municípios de origem, como forma de facilitar a frequência dos agricultores. Além disso, o auditório do CEASA-PE seria disponibilizado para facilitar encontros e reuniões:

O CEASA colocará seu auditório, este com capacidade para 70 pessoas, à disposição do Programa para as reuniões e encontros que venham a ocorrer,

como por exemplo, encontro de atacadistas com produtores ou organizações. (PLANO DE GESTÃO CECAF, 2005. p.7)

Nessa direção, uma das primeiras ações do comitê foi uma grande convocatória pública para atrair os agricultores e suas representações a participarem da inauguração e aderirem ao projeto da CECAF. Ainda que haja divergências relacionadas ao número de participantes na inauguração, estima-se que esta iniciativa contou com a participação de 4 mil pessoas, dentre as quais 450 agricultores. Nos relatórios do CEASA-PE, entretanto, esta participação estava restrita a 1.074 agricultores (CEASA – PE/O.S, 2008).

Embora a importância de um processo de capacitação permanente dos agricultores estivesse presente no projeto, esse não chegou a ser concretizada na sua amplitude, limitando-se apenas a algumas reuniões com os interessados. Como explicitado no documento, “por tratar-se de uma ação inovadora, com expectativas positivas de resultados benéficos para a agricultura de base familiar, se faz necessário um acompanhamento sistemático do seu funcionamento” (PLANO DE GESTÃO CECAF, 2005. p. 6).

Para uma representante da UNICAFES, desde o início do projeto, duas causas foram determinantes para a impossibilidade da formalização de uma gestão compartilhada. A primeira foi a inexistência de um ambiente físico que permitisse a presença constante dessa coordenação. A entrevistada mencionou que, tardiamente, foi disponibilizada uma sala para a UNICAFES dentro do entreposto, mas ela se localizava completamente apartada do galpão. A fala abaixo é ilustrativa para que se compreenda a ênfase na força das cooperativas como um espaço coletivo neste mercado:

O espaço era para ser uma associação de cooperativas e não uma central. Mas a gestão do espaço estava amarrada com a gestão do CEASA-PE. Ficamos lá entre 2007 e 2008. Então, a gente ainda ocupou uma sala cedida pelo CEASA enquanto UNICAFES, mas a gente tava muito ainda no processo de organização das cooperativas em nível de estado. (Gestora UNICAFES, junho de 2021)

A segunda causa, ainda para essa informante, corresponderia à ausência de um amparo legal, capaz de legitimar essa governança compartilhada como uma política de

estado. As dificuldades enfrentadas pelas entidades nessa gestão estão abaixo sintetizadas:

Na época, houve um envolvimento muito grande dos movimentos com a questão do espaço, mas não tinha uma estrutura e um arranjo institucional que coordenasse e conseguisse fazer esse processo de ocupação. Também não houve nenhum apoio, nem recurso, nem política pública em nível de Estado para que isso acontecesse. (Gestora UNICAFES, junho de 2021)

Além das causas supracitadas, observa-se uma lacuna no projeto, que diz respeito à impossibilidade de atender, com exclusividade, o público de agricultores com Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP).

Essas adversidades levaram ao enfraquecimento das organizações e o concomitante esfacelamento do comitê, ainda em 2007, levando a um desvirtuamento dos propósitos iniciais de criação do galpão. A falta de consenso entre as visões dos gestores, a sobreposição de interesses e a falta de recursos para a continuidade do trabalho, que previa uma formação permanente dos participantes, foram algumas das razões alegadas para esse desfecho.

Estabeleceu-se, a partir disso, uma reorganização do público alvo do galpão, que passou a ficar sob a responsabilidade da Agência Nacional de Comercialização da Zona da Mata Norte (Arco Norte). Foi delegada a uma técnica da ARCO norte, que abrange a zona da mata canavieira a incumbência desse comando. A justificativa da escolha da Arco Norte dava-se em função de as Agências de Comercialização – ARCO terem sido criadas e financiadas pelo MDA, em 2002, para apoiar e organizar os agricultores familiares na comercialização de seus produtos.

Via de regra, as agências ARCO receberam recursos financeiros para a instalação das Centrais de comercialização dos produtos da agricultura familiar em mercados nacionais. Vale sublinhar que Pernambuco não constitui a única experiência de construção de um aparelho de comercialização das ARCO. ao passo em que há registrado pela literatura de uma Central de Capacitação e Comercialização (CCC), no Distrito Federal, que, segundo Melo (2016) contou com a articulação dos movimentos sindicais ligados à Confederação Nacional dos Trabalhadores na Agricultura (CONTAG) para sua implementação.

Sabe-se que a CECAF passou a incorporar populações que tradicionalmente já comercializavam no entreposto, que passaram a se juntar com as tradicionais populações de pequenas propriedades do interior do estado, bem como de agricultores periurbanos que comercializam em feiras localizadas no seu interior, conhecidas como “Feira da lama” e “Feira do coentro” (CEASA – PE/O.S, 2008).

Em 2007, a gestão do galpão ficou a cargo da Federação dos Agricultores do Estado de Pernambuco-FETAPE, momento em que a Arco foi compelida a repassar os recursos para essa entidade, em atendimento às suas reivindicações para a gestão do galpão (GRITO DA TERRA - PE, 2015).

Paulatinamente, a redução da participação das entidades levou a um afunilamento da governança da CECAF, envolvendo apenas duas entidades: o CEASA-PE e a FETAPE. A fala abaixo versa sobre como a dificuldade da FETAPE em reanimar os agricultores para ocuparem esse espaço de forma organizada em cooperativas:

Depois de uma luta acirrada, assumiu uma espécie de coordenação lá. Acho que a FETAPE estava acompanhando tudo, ou alguns agricultores. Mas isso se dava de forma individualizada, não eram agricultores organizados em cooperativas. (Gestora UNICAFES, junho de 2021)

A passagem da FETAPE pelo galpão ficou restrita tão somente à ação de uma profissional ligada à entidade, identificada pelos feirantes como a “moça do Estado” ou “funcionária do CEASA”, o que demonstra, por parte dos agricultores da CECAF, a falta de uma clara noção da representatividade da FETAPE, uma vez que esses atores confundiram uma importante entidade coletiva da agricultura familiar com uma figura institucional local (MORAES, 2017).

A gestão da FETAPE permaneceu até 2014, quando a responsabilidade da CECAF passou para o domínio exclusivo do CEASA-PE, por meio da Coordenadoria de Mercados – COOMEC. A COOMEC responde pelo CECAF, através da Unidade de Apoio à Gestão de Mercados, localmente conhecida como Gerência de Mercado. Fica incumbida de administrar os cadastros dos permissionários, arrecadar taxas e aluguéis dos galpões, entre outras funções.

Para a realização destas atividades, conta-se com um gerente e com um funcionário que acompanha diariamente os galpões. Esse funcionário, conhecido

localmente como um “fiscal de área”, tem a função de cobrar diariamente um valor estipulado pelo uso da “pedra”, que são pisos internos abertos, onde se fixam as bancadas ou se depositam as mercadorias. Também fiscalizam “boxes”, isto é, estruturas compartimentalizadas, semelhantes a pequenas lojas. Além dos fiscais, a COOMECA também fornece pessoal para reparos, limpeza, segurança e outros serviços estruturais nos mercados.

Desde então, a CECAF passou por três gerações de gerentes da COOMECA, hoje não mais vinculados ao Centro. O primeiro atuou até 2014 e, dado o seu modo intempestivo de agir, era considerado pelos feirantes como autoritário. O segundo, que atuou entre 2014 e 2019, foi tido como responsável pela implementação de uma gestão mais dialógica, ampliando os espaços de comunicação entre o CEASA-PE e os agricultores da CECAF (MORAES, 2017).

Dada a atenção prestada por esse técnico a assuntos de interesse do grupo, a sua passagem foi avaliada como sendo responsável pela restituição da atuação institucional. O terceiro gerente coordenou entre 2020-2021 e, segundo os agricultores, seguiu as mesmas diretrizes do segundo gerente, muito possivelmente porque havia atuado como o seu antecessor durante o ano de 2019.

O reconhecimento da melhoria desta gerência não necessariamente implicou, por parte dos agricultores familiares, em admitir que o projeto da CECAF esteja atendendo ao conjunto de seus interesses, especialmente no que diz respeito a melhorar o acesso às pedras no interior da CECAF que lhes garanta mais espaço (MORAES, 2017).

Para o CEASA-PE, a missão da CECAF foi atingida, ao permitir tão somente ao agricultor familiar um espaço exclusivo de comercialização dos seus produtos, mesmo que inexista um espaço de diálogo capaz de atender as demandas dos agricultores, reafirmando, assim, o caráter unilateral da gestão. Nesse contexto, a percepção dos feirantes vai de encontro à seguinte fala: “Com relação à reunião com o CEASA, não tem reunião com o pessoal que trabalha na CECAF. Geralmente eles chegam e determinam as normas, as regras do CEASA e a gente tem que cumprir” (Dona Lu).

Essa opinião é reforçada por outro entrevistado, o qual alega que ele e os demais agricultores não têm poder de decisão: “Reunião no CEASA, às vezes tem quando

aumentou o preço da área". A gente foi, mas a voz de quem fala é a deles. Eles chamam pra reunião, mas está tudo decidido já. Chamam a gente por chamar "(Seu Ed).

Por fim, as dificuldades na logística de produção - transporte das mercadorias e ausência de uma política de venda diferenciada - foram as razões alegadas pela ARCO-Norte e CEASA-PE para o fato de o galpão não ter sido utilizado exclusivamente pelos agricultores familiares (MORAES, 2017).

Ainda que uma articulação mais intensa de agricultores ao associativismo e cooperativismo se revele como promissor à agregação de valor aos produtos e a sua inserção nos mercados, esse perfil destoa, em certa medida, dos permissionários que atuam efetivamente na comercialização da CECAF. O grupo de atores sociais que conseguiu se destacar nessa comercialização, ou, dispõe de articulação com quem domina esse campo, será descrito a seguir.

4.3 A composição social da comercialização na CECAF

A CECAF foi construída para atender os agricultores familiares do estado de Pernambuco que possuem a Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP), cujo contingente gira em torno de 587.484 DAP físicas e 514 DAP jurídicas, emitidas até janeiro de 2021 (BRASIL, 2021). Tendo em vista que esse público não foi capaz de assumir integralmente a comercialização, a CECAF está atualmente sendo ocupada por 294 permissionários de perfis distintos, de acordo com a última classificação do DETEC, de 2016.

Esse contingente está cadastrado como *agricultores produtores*, *agricultores comerciantes* e *comerciantes parceiros*, entre os quais apenas 8 pessoas são do sexo feminino, equivalente a 3% deste total. Os produtores compõem 58% da população da CECAF e estão representados por 169 cadastrados entre essas duas categorias: *agricultores produtores* e *agricultores comerciantes*, de acordo com as especificidades de cada grupo nos circuitos de comercialização na CECAF. Nesse contexto, 71 pessoas são *agricultores produtores* (42%) e 98 são *agricultores comerciantes* (58%).

Os *agricultores comerciantes* constituem o foco de atenção deste estudo desde 2017 (MORAES, 2017). Verifica-se que no seu conjunto, estes agricultores são oriundos dos municípios de Chã Grande, Brejo da Madre de Deus e Vitória de Santo Antão. Essa categoria negocia ocupando temporariamente as “pedras”, permanecendo na CECAF durante o seu período de funcionamento.

Além de comercializar seus cultivos, este grupo adquire produtos de outros agricultores da sua região, além de fornecedores no próprio galpão, como forma de ampliação e de diversificação da oferta de produtos para a comercialização. Via de regra, a CECAF não se constitui como a primeira experiência destes agricultores enquanto comerciantes. Muitos deles já circulavam pelo CEASA-PE desde a década de 1970, enquanto outros tiveram uma inserção mais tardia, em meados dos anos 2000. De todo modo, eles experimentaram uma longa trajetória de comércio antes de se fixarem na CECAF. Alguns já tiveram experiência com a “feira do coentro” e com o Galpão Livre do Produtor GLP III.

Diferentemente desses, os *agricultores produtores* são aqueles que se dedicam à lavoura e, por isso, geralmente só permanecem na CECAF num tempo suficiente para repassarem seus produtos nas madrugadas e pelo início da manhã, para os permissionários sejam eles *comerciantes parceiros* ou *agricultores comerciantes*. Para tanto, eles permanecem sobre os veículos de carga em áreas externas do galpão por onde descarregam sua produção, somando-se aos demais atravessadores.

Por fim, os *comerciantes parceiros* são aqueles que englobam todos os permissionários que não são produtores e que já operavam no CEASA-PE, sobretudo nos Galpões Livre do Produtor. Os comerciantes parceiros representam 42% do total de integrantes da CECAF e correspondem a uma categoria criada pelos gestores da ARCO Norte como sendo aquele que escoar os cultivos dos agricultores e, por isso, identificados pela ARCO como sendo de suma importância para os agricultores. São habitualmente identificados como atravessadores autorizados a atuar dentro do galpão. São eles que recebem e repassam as mercadorias dos agricultores sendo, por essa razão, chamados de parceiros.

Os *comerciantes parceiros* também são vistos pelos próprios produtores como elementos imprescindíveis para que a comercialização dos produtos da agricultura familiar possa ocorrer naquele espaço, chegando a ser mesmo tratados como “lideranças” por alguns (MORAES, 2017). A natureza da convivência entre eles oportunizou a reprodução de regras e mecanismos de dependência, dotando estes últimos de reconhecimento enquanto feirantes, especialmente pelo domínio de comercialização que têm na CECAF.

Não sem razão, os *comerciantes parceiros* são identificados como feirantes “patrão”, tendo em vista que “movimentam esse galpão todinho” (MORAES, 2017 p. 59). Nessa direção, se estabeleceu um domínio da CECAF por esse grupo no âmbito dos espaços estruturais, extrapolando para os espaços de decisões sobre o planejamento da comercialização, com abertura na administração do CEASA-PE, sobretudo na gestão do primeiro gerente.

Além dos produtores e dos comerciantes, estão presentes alguns trabalhadores que não estão formalmente cadastrados, mas que fazem parte do cotidiano da dinâmica comercial da CECAF. É o caso de um grupo de atravessadores conhecidos localmente como *siris*. Os *siris* são assim chamados dada a sua agilidade em comprar uma quantidade maior de um dado produto, retalhando-o, em seguida, em pequenas quantidades para vendê-las no varejo. Estes indivíduos abordam os clientes antes que estes cheguem às bancas dos feirantes, obstruindo, muitas vezes, o fluxo de passagem pelos corredores.

Essa forma de comercialização criada pelos *siris* estabelece uma concorrência com os agricultores e comerciantes que se fixam nas pedras, resultando, quase sempre, em conflitos concernentes ao direito de uso do espaço e do atendimento aos clientes. Imprescindíveis para aqueles mais envolvidos com a venda em atacado, e concorrentes para outros que necessitam do varejo para sobreviver, eles implicam em uma disputa pelo espaço e pelos clientes. Por isso, sua presença tem dividido opiniões entre os entrevistados e gerado conflito entre eles. Essa questão será discutida no capítulo seguinte sobre as dinâmicas sociais da CECAF.

Outros trabalhadores podem ser facilmente identificados, a exemplo dos desfolhadores de repolho, organizadores de trouxas de coentro, separadores de mercadorias de segunda linha - legumes tidos como de segunda linha destinados para restaurantes por menor preço, entre outras categorias. A função desses trabalhadores é fazer uma triagem dos produtos, selecionando-os por qualidade, dando-lhes, assim, destinos e preços diferentes. A modificação na aparência do produto não tira dele a oportunidade de angariar o lucro com menores preços. Nesse contexto, forma-se uma diversificação da qualidade dos vegetais e, sucessivamente, uma clientela específica para esses.

A busca pela qualidade das frutas, legumes e verduras (FLV) constitui um desdobramento de uma especialidade criada por exigências externas de distintos mercados e de consumidores, para os quais esses produtos são preparados. Examinando o trabalho manual da agricultura familiar na fruticultura em Pernambuco, Cavalcanti (1997) mostra que a busca pela qualidade desses mercados leva os trabalhadores a se colocarem em relações de poder entre quem atende ou cria essas normas de qualidades e quem responde às tais exigências. Assim, os atributos de qualidade no seu preparo tornam-se “desafios que se apresentam nas situações cotidianas, no controle exercido por um indivíduo sobre o conhecimento e as ações do outro”. (CAVALCANTI, 1997, p. 84)

A força de trabalho manual, que exige o preparo cotidiano das atividades concernentes à atividade de feirante, em 56% dos casos, não representa um custo adicional para os *agricultores comerciantes*, considerando que, quase sempre, as tarefas são distribuídas entre o grupo familiar. Para 24%, este trabalho é exercido por terceiros, e para 20% há uma combinação entre pessoas da família e empregados informalmente contratados.

Além das categorias informais envolvidas no processo de triagem e padronização das FLV, encontra-se atuando no galpão outra categoria envolvida no seu escoamento. Trata-se dos *frentistas*, que, diferentemente dos primeiros, constitui um grupo formalizado por meio da Associação dos Descarregadores de Estivas, Cereais e

Hortifrúti do Recife - ASSODESC. A Associação possui 152 cadastrados, responsáveis em prestar serviços de carga e descarga de mercadorias em todo o entreposto.²⁸

De caráter efêmero, o serviço prestado por este grupo ocorre quando convocado em momentos de muito movimento, para realizar o descarregamento dos caminhões que abastecem a CECAF. Não configura, dessa forma, um grupo de trabalhadores exclusivo deste galpão.

Alguns agricultores comerciantes também estão organizados em associações de moradores. Essas associações não atuam nos assuntos relativos à comercialização, mas sinalizam a representatividade da categoria agricultura familiar em torno da ocupação deste galpão, como mostra a próxima seção.

4.4 Organizações sociais da CECAF

As duas categorias de produtores da CECAF (*agricultores produtores e agricultores comerciantes*) estão vinculadas a um conjunto de associações de moradores rurais e sucessivamente às associações rurais. Nesse contexto, verifica-se o registro de 14 organizações na CECAF, representadas por 28 associados, dentre os quais 15 *agricultores produtores*, 11 *agricultores comerciantes* e dois *comerciantes parceiros*.

Como se pode observar, o associativismo do município de Chã Grande tem representatividade na CECAF, por intervenção de sete produtores vinculados a quatro associações, seguido de Vitória de Santo Antão, com cinco produtores ligados a duas associações (APÊNDICE C). Por sua vez, a participação em sindicatos rurais teve pouca expressão entre os agricultores da CECAF. Ainda que os sindicatos tenham, por natureza, a defesa dos interesses sociais dos seus filiados, há registro nos cadastros do CEASA-PE de apenas seis *agricultores comerciantes* sindicalizados e um *agricultor produtor*; todos do município de Chã Grande.

²⁸ Dados obtidos em meio de divulgação oficial: [/www.ceasape.org.br/noticias/assodesc-adota-novo-fardamento-estabelecido-pelo-ceasa](http://www.ceasape.org.br/noticias/assodesc-adota-novo-fardamento-estabelecido-pelo-ceasa). Acesso em: 18/05/2022.

Vale frisar que há também a participação de oito *agricultores periurbanos* que, apesar de não formalizarem uma associação ou cooperativa, configuram o grupo informal localmente conhecido como *agricultores das hortas do entorno, horteiros e povo da horta*, que gozam de permissão do uso dos espaços no entorno do CEASA-PE para fins produtivos.

As associações correspondem às organizações populares que se movem em direção à ampliação das políticas públicas acessadas pelas comunidades rurais. A busca pela garantia do recebimento de sementes de feijão e milho e interlocução com sindicatos rurais são ações particularmente importantes para as comunidades.

Por conseguinte, não atuam efetivamente nos assuntos comerciais relativos aos produtores vinculados ao galpão (MORAES, 2017). As cooperativas agrícolas, embora constituam uma forma de organização coletiva essencial para a inserção dos produtos da agricultura familiar na CECAF, com muita representatividade, inclusive, na inauguração do galpão, perdendo a sua força na continuidade da condução da coordenação.

Localiza-se apenas uma cooperativa cadastrada como atuante na atividade comercial entre os permissionários do galpão. Trata-se da Cooperativa dos Produtores da Agricultura Familiar do São Francisco (BA) – COPEVIDA, representada por uma produtora rural do estado da Bahia (APÊNDICE C). Sabe-se que essa produtora foi previamente transferida para outro galpão, da fruticultura, devido à setorização que colocou as frutas em outros espaços, reservando a exclusividade da CECAF para as verduras e legumes.

Particular atenção merece a forte atuação da Cooperativa de Desenvolvimento da Agricultura Familiar do Estado de Pernambuco (COOPAFA), de Camocim do São Félix, no abastecimento de alimentos na CECAF desde 2012. A sua função se restringe a mero entregador de mercadorias aos permissionários, o que explica a ausência do seu registro entre os permissionários cadastrados. No entanto, a sua importância está em permitir que os produtos dos associados sejam habitualmente escoados na CECAF.

Pires (2018), com base em estudo comparativo de cooperativas agrícolas entre Brasil e Canadá, demonstrou que o cooperativismo agrícola tem se constituído como

um instrumento estratégico dos produtores em ambas as regiões, quando se deparam com a necessidade de se inserirem mais competitivamente nos diversos mercados. Isso se torna particularmente importante em situações em que, como afirma essa autora, para “os agricultores que se encontram vitimados por distâncias consideráveis dos centros de distribuição dos produtos, custos operacionais elevados [...] e que se deparam com dificuldades locais de infraestrutura” (PIRES, 2018 p. 22).

Como admite ainda essa autora, as cooperativas têm estimulado a mobilização dos sócios em torno de inovações organizacionais e tecnológicas, capazes de permitir-lhes concorrer nos mercados globais. Ciente do alcance do cooperativismo como arranjo organizacional mais acertado para a CECAF, o comitê gestor idealizou uma capacitação em associativismo e cooperativismo aos produtores. A respeito disso, nenhum dos 34 *agricultores comerciantes*, foco de atenção deste estudo, mostraram conhecimento quanto à referida capacitação (MORAES, 2017).

A incipiente participação das cooperativas ocasionou um vácuo em questões relacionadas à formalidade das transações comerciais, como demonstrado na fala a seguir:

A gente começou a fomentar e mobilizar para que as cooperativas ocupem aquele espaço. Infelizmente para as cooperativas se mostrou inviável porque elas tinham que fazer, por exemplo, um carregamento de banana, de ir pra lá pra poder colocar na pedra e esperar que houvesse essa comercialização. Isso tinha um custo do transporte, da pessoa ficar lá e ainda com risco dessa comercialização que acontece dentro do CEASA, que é quase como uma bolsa de valores. (Gestora UNICAFES, junho de 2021)

Esse risco está relacionado a um fator intrínseco das negociações típicas do mercado instantâneo (*spot*): a volatilidade do sistema do livre mercado, cuja oscilação de preço é orientada pela oferta e demanda em produtos agrícolas. Ademais, a natureza típica do livre comércio—está carregada de informalidade (na logística, comércio e informação) e, por isso, é imprópria para as cooperativas. No caso, essas organizações realizam transações comerciais com uso de certas formalidades contratuais, como a emissão de notas fiscais e a divulgação dos produtos. No caso em questão, para atender a esses requisitos, seria necessário um balcão de negócios, ideia esta que chegou a ser implantada no dia da inauguração, mas que foi rapidamente desconsiderada pelos gerentes do COOMECA (MORAES, 2017).

Na verdade, a crença de que os mecanismos de preço resolvem os problemas do mercado é muito forte entre eles os *agricultores comerciantes*. Neste modelo de relações típicas do mercado *spot*, as transações são efetuadas em um local que reúne vendedores e compradores e onde não estabelecem, a princípio, laços de reciprocidade entre as partes, ao mesmo tempo em que se verificam os preços, qualidades e quantidades. Não haveria, dessa forma, um compromisso quanto às partes no sentido de constituir um espaço para a agricultura familiar nos moldes de um mercado que privilegia cooperativas, associações e, sobretudo, os atributos da qualidade territorial dos produtos na formação do preço.

A própria natureza da negociação por mecanismo de preço descaracteriza o tom coletivo dos negócios e dá enfoque ao papel de um agente econômico que é o cadastrado ou o ocupante da pedra. Assim, cada permissionário estabelece de forma pessoal o preço e as quantidades transacionadas segundo o seu custo e o valor de utilidade.

O que se observou, portanto, foi um distanciamento das organizações cooperativas na formalização e no comando das dinâmicas de comercialização locais. É possível que o fato de a CECAF ter sido organizada em momento anterior à criação da União das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária (UNICAFES), com a reconhecida força institucional da agricultura familiar no estado, tenha contribuído nesse sentido.

De outra forma, a “fórmula cooperativa”, poderia, à luz das análises de Pires (2003 p 121), ter contribuído para uma maior emancipação política dos agricultores, ampliando o poder de congregá-los em torno de interesses comuns. A inoperância da ação das cooperativas e o vácuo deixado por elas fazem predominar, entre os produtores, uma descrença na “fórmula cooperativa”, como expressa a seguinte fala: “Cooperativa, associação, é só conversa. A gente não precisa dessas coisas não, a gente precisa é de preço e de mercadoria” (Dona Lu, março de 2021).

A ideia de uma possível retomada da centralidade que pode exercer o cooperativismo passa pela mudança do nome de uma Central de Comercialização para uma Central de Cooperativas:

Para uma possível retomada da CECAF pela agricultura familiar, penso nela como um Centro de distribuição com uma estrutura organizacional que faça esse processo de intermediação de uma Central de cooperativas, que poderia ser da UNICAFES a gestão. (Gestora UNICAFES, junho de 2021)

A respeito disso, vale destacar, o Centro de Comercialização da Agricultura Familiar Cruzeiro do Nordeste, em funcionamento desde 2012 no município de Sertânia, como a experiência, em Pernambuco, que se traduz na participação mais imperativa das cooperativas junto a uma CEASA.²⁹ A implantação deste Centro foi coordenada pelo CEASA-PE e pela Secretaria Municipal de Agricultura, mas, diferentemente da CECAF, ele teve como objetivo agregar características territoriais dos municípios da microrregião do sertão do Moxotó pernambucano a esta comercialização. Em vista disso, a Central de Cruzeiro do Nordeste pode ser um estudo caro às agendas de pesquisas voltadas a analisar a inserção da agricultura familiar nas CEASAS.

Uma situação análoga pode ser encontrada em Nova Friburgo, no estado do Rio de Janeiro, na qual uma cooperativa, e não o CEASA-RJ é a responsável pela gestão do espaço, tendo sido reconhecida entre o comitê gestor da CECAF, como um modelo de sucesso. Na ocasião, a viabilidade desta gestão foi traduzida pelos mesmos como um posicionamento mais radical, de quem administra o galpão (MORAES, 2017). São, assim, exemplos que podem trazer elementos para se pensar em outras possibilidades de participação no caso da CECAF.

4.5 Regras de ocupação, formação de preço e qualidade dos produtos da CECAF

Corroborando pesquisas anteriores, verificou-se que o uso das instalações da CECAF continua sendo permitido de forma rotativa, com ocupação diária pelos

²⁹ Informação obtida em mídia local do município de Sertânia – PE. Disponível em: <https://cdlsertania.wordpress.com/2012/04/18/centro-de-comercializacao-de-cruzeiro-do-nordeste-vai-movimentar-economia-da-regiao/> Acesso em: 25/06/2022.

permissionários, limitando-se a horários fixos para entrada de segunda a sábado.³⁰ A instalação temporária de bancas ou *pallets* sobre as pedras para acomodação das mercadorias e o uso rotativo das pedras não prescindem de um contrato junto à COOMEC, como acontece com os permissionários dos demais galpões. Sem a exigência de um contrato, a ocupação rotativa das pedras foi definida pelo comitê gestor, ainda no início do projeto, como um desimpedimento para a inserção das mercadorias dos produtores neste galpão.

Para tanto, um registro pelo qual as pedras seriam vinculadas a uma pessoa física seria suficiente para formalizar a ocupação. Além disso, uma taxa é cobrada pelo uso diário, que se encontra atualmente no valor de R\$ 14,00 por pedra (metro quadrado), ou R\$ 7,00 para agricultores que possuem a Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP), de acordo com dados colhidos no ano de 2021.

O uso rotativo das pedras não foi uma invenção do CEASA-PE, considerando que se trata de uma convenção aplicada a todo o sistema atacadista, em CEASAS que disponibilizam os Mercados Livres do Produtor (MLP). A respeito disso, Cunha (2013) explica que o uso rotativo foi pensado como uma estratégia para facilitar a vida do produtor, já que permite uma flexibilidade em termos de dias e turnos, podendo ser ocupada nas noites, madrugadas, manhãs até o começo das tardes.

A rotatividade e o compartilhamento provocam um movimento por vezes dissonante com os registros de participantes da CECAF, tornando impraticável um controle minucioso sobre a rotina de uso das pedras (MORAES, 2017). Mais do que isso, foi confirmado que o uso rotativo constitui uma oferta mínima de condições de infraestrutura para *agricultores comerciantes*, que precisam acondicionar vegetais com maior perecibilidade para serem comercializados noutra ocasião. É importante registrar ainda que o pagamento pelas pedras não evitou uma disputa permanente pela área nem a sua superlotação por outros participantes do mesmo espaço, ainda que em condições diferentes. É o caso dos siris, como já revelado.

³⁰ Nas segundas-feiras, a abertura do galpão ocorre à 00:00h, encerrando as atividades às 18:00h; nas terças, quartas e quintas-feiras, o horário engloba o período das 03:00h às 18:00h. Nas sextas-feiras, encerram-se as atividades uma hora mais tarde, indo das 03:00h às 19:00h, enquanto aos sábados o horário se restringe das 03:00 h às 13:00h do domingo.

Embora a categoria de produtores rurais, seja o maior grupo de cadastrados na CECAF, representados por *agricultores produtores* e *agricultores comerciantes*, não constituem os atores sociais mais presentes no galpão, ou os que o utilizam com mais assiduidade. Casos de favorecimento de pedras foram constatados em pesquisas anteriores, como resultado de procedimentos inadequados em relação aos comerciantes que adquiriram condições para escolha das instalações no galpão, sob a alegação de acolhimento das mercadorias dos produtores. Assim, a CECAF está orbitada por uma superlotação e uma concentração de *comerciantes parceiros*, gerando descontentamento por parte dos agricultores, que chegaram a admitir que a CECAF é “um galpão privado” (MORAES, 2017, p. 67).

Na mesma direção, o estudo de Viteri (2010) sobre um mercado atacadista de Buenos Aires, chama a atenção para o fato de que o desmantelamento do uso desses espaços para produtores é uma prática que obscurece a divisão entre as esferas do "público" e "privado" nesse tipo de mercado. Nessa perspectiva, observou-se que no CEASA-PE o *agricultor comerciante* da CECAF procura diminuir ao máximo o grau de incerteza nos negócios e a preservação da sua atuação nas pedras, procurando preservar, num clima amistoso, as suas relações com comerciantes parceiros, *siris* e corpo administrativo.

As pedras correspondem a um importante campo por parte de grupos detentores de diferentes níveis de poder. Diante do receio entre os *agricultores comerciantes* em conflituarem com *comerciantes parceiros*, esses últimos podem ser distinguidos, com base em Fligstein (1996; 2007) como *incumbents*; isto é, como dominantes e habilidosos, dado as suas posições de poder e prestígio no campo organizacional da CECAF. Resta para os *agricultores comerciantes* e para os *siris* se posicionarem como *challengers*, isto é, como desafiadores, em razão da sua estabilidade depender não apenas das transações comerciais, mas também de uma disputa por espaços.

Compreende-se que a estabilidade dos produtores na dinâmica social da CECAF depende da sua participação em campos específicos de poder, que consiste no ambiente de construção das ordens locais que dão conta das situações de estabilidade para os atores envolvidos. Isto quer dizer que, além dos negócios, requer ocuparem

posições mais privilegiadas no sentido de influenciarem os espaços de reprodução das decisões.

Os comerciantes e o Estado estão intimamente ligados e esta relação que determina o espaço de conflito e ou cooperação. Nesse contexto, estaria, de um lado, a FETAPE e a UNICAFES, e de outro o SINDFRUTAS e a ASSUCERE; e, entre ambos, o CEASA-PE. A constatação da dissolução do comitê gestor leva ao entendimento de que pode ter se formado uma dinâmica bilateral desta governança, o que pode ter reverberado na instauração do cenário de luta por recursos escassos e um sério entrave para a autonomia da agricultura familiar (MORAES, 2017).

Como já mencionado, a formação de preço praticada na CECAF é definida pela lei da oferta, isto é, quando os preços são determinados no momento em que as transações se completam, via negociação face a face. A relação entre oferta e demanda entre vendedores e compradores regula a política de preço sem interferência de nenhuma instituição. Essa característica foi verificada em 2017 e se mantém atualmente, como indica seu Ed: “o CEASA não interfere. Para nós, no preço não existe tabela, não é determinado, vai de acordo com o movimento da feira. A procura é o que acaba aumentando o preço”.

O CEASA-PE, entretanto, regula a geração de informações de preço por meio do registro feito pelos fiscais de área e sistematização das informações pelos técnicos do DETEC. Nessa direção, os permissionários têm a obrigatoriedade de fornecer as informações, “no que se refere à quantidade, origem, destino (área onde será comercializado), tipo, preços praticados no mercado e outros dados, dos produtos comercializados ou serviços” (CEASA-PE/O.S, 2016, p. 14).

A coleta e geração desses dados, bem como dos relatórios de produtividade do CEASA-PE, fica sob o encargo da Unidade de Informação de Preços, vinculada ao Departamento Técnico Operacional-DETEC. Nesse departamento, se concentram todas as informações relacionadas às atividades voltadas aos permissionários e ao sistema de preço. Os preços integram uma base de dados sobre hortifrutí em âmbito federal, denominada Sistema de Informações dos Mercados de Abastecimento do Brasil

(Simab), gerido pela Companhia nacional de Abastecimento (Conab), através da Portaria 339/2014, do Programa Brasileiro de Modernização do Mercado (Prohort).³¹

As CEASAS se comportam como tomadoras de preços para mercado agropecuários, mas a precificação de FLV produzida no Nordeste norteia-se pelas decisões tomadas na alçada dos atacadistas da CEAGESP. Isso leva os autores a avaliarem essa prática como um movimento “oligopolístico” que tem na CEAGESP o seu epicentro (MAYORGA, 2007). Destaca-se a necessidade de os produtores rurais criarem uma logística própria que os tornem menos dependentes dessa rede, sendo a criação de cooperativas a estratégia que permitiria aumentar o poder de barganha e de compra.

Por sua vez, o uso local de informações de mercado, em especial pelos *agricultores comerciantes*, parece irrelevante, quando se observa outras lógicas definindo o processo de precificação. Nascimento (2008) observa que, no CEASA-PE, as informações locais de mercado incluem reavaliar a quantidade e qualidade dos produtos quando chegam ao entreposto, para formar o preço. Isso tem garantido vantagem aos atacadistas no momento da negociação em relação aos produtores que detêm menor conhecimento sobre essas variáveis de qualidade. Entre as estratégias que asseguram vantagens, destaca-se a objeção em relação à qualidade dos produtos, acusando-os de chegarem danificados, levando ao produtor a repassá-los por um preço inferior ao negociado no campo.

A falta de padrão de qualidade previamente definido para as mercadorias fez com que a maior parte das transações comerciais se baseasse, segundo a autora, numa dupla mensuração. Essa estratégia foi, por fim, impelida pelo uso das caixas padrão, que padronizam a qualidade (NASCIMENTO, 2008).

Como já destacado, a virada da qualidade no CEASA-PE está representada pela introdução da padronização das embalagens. O sistema das embalagens teve como marco temporal o ano de 2002, quando se iniciou a substituição das caixas de madeira por caixas plásticas modelo 6424 e 6431, em conformidade com a Instrução Normativa Conjunta nº 009 de mesmo ano. Outra forma de manutenção da qualidade dos

³¹ Vale destacar que o levantamento é feito pelo COOMEC, mas quem sistematiza os dados é a equipe técnica do DETEC.

alimentos se deu respeitando a própria natureza da agricultura familiar, por meio da diversidade produtiva.

Nesse sentido, a comercialização em varejo orientada pela diversidade produtiva fazia parte do projeto da CECAF, aproximando-o, deste modo, das feiras do produtor, feiras orgânicas e agroecológicas. No entanto, este projeto foi inviabilizado em razão da padronização que passou a setorizar os produtos dos galpões, contrariando, assim, a natureza da agricultura familiar. A setorização tem, entre seus objetivos, facilitar a gestão dos resíduos orgânicos gerados na perecibilidade dos produtos. O plano de gerenciamento de resíduos para cada tipo vegetal acompanha o tempo de perecibilidade de cada alimento e, por isso, esses alimentos não podem ser expostos juntos.

Este procedimento põe, de um lado, as folhosas – tais como coentro alface, rúcula, cebolinha entre outros – e, de outro, as olerícolas – como pimentões, quiabos, maxixe, cenoura, berinjela, entre outros – além de, em menor proporção, algumas frutas na CECAF (ANEXO B). Por conta disso, as lavouras dos agricultores comerciantes acabam sendo direcionadas para contemplar apenas os produtos que estão setorizados neste galpão.

Para a agricultura familiar, esta setorização tanto é um mecanismo imprescindível para organizar este mercado, quanto um forte componente de engessamento. Outro aspecto positivo da setorização estaria na possibilidade de promover uma competição justa, na medida em que estimula ao cliente percorrer todo o galpão no intuito de adquirir a variedade de produtos desejada.

O maior obstáculo desse método estaria na impossibilidade de comercializar o conjunto dos itens produzidos pela agricultura familiar na sua diversidade, sobretudo na sazonalidade das frutas, levando o agricultor a pulverizar seus produtos em distintos pontos de venda no CEASA-PE. Embora tal setorização não esteja inibindo o processo de diversificação típico da agricultura familiar, ela organiza os resíduos orgânicos, além de estimular a especialização do agricultor e aumentar a complexidade logística daqueles com produção diversificada.

Diante do que foi posto, observa-se por fim que, ao desalinhar a CECAF dos propósitos inicialmente constituídos para este espaço, o CEASA-PE perde a

oportunidade de expandir o seu atendimento aos novos parâmetros de qualidade territoriais e sustentáveis caros às FLV. Da mesma forma, esse desalinhamento dos aspectos comerciais e produtivos distancia este centro dos objetivos traçados pelos mercados atacadistas de quarta geração, ao passo em que reverbera em um enfraquecimento dos projetos sociais direcionados para a agricultura familiar e seus respectivos territórios.

4.6 Impactos da pandemia na manutenção do CEASA-PE

A COVID-19 tomou conta das agendas governamentais e colocou o tema do abastecimento alimentar com quantidade e qualidade no centro do debate internacional. Com a pandemia, os agentes econômicos públicos e privados tiveram que lidar com uma crise operacional, em termos da necessidade de manutenção de uma coordenação eficiente para o provimento de bens essenciais. A restrição de viagens e passeios como controle da disseminação do vírus em muitos países colapsou a demanda destes alimentos por parte dos hotéis, restaurantes e outros estabelecimentos comerciais de alimentação, levando a uma reconfiguração no sistema agroalimentar (DE LA PEÑA GARCÍA, et. al., 2020).

Para a CEPAL-FAO (2020), a pandemia trouxe à tona o papel central do Estado na coordenação e facilitação das cadeias de abastecimento alimentar para evitar crises alimentares. Estudos voltados para agricultores familiares do Rio de Janeiro (Cordeiro, Lino, Marujo, 2021), São Paulo e Rio Grande do Sul (Preiss, Schneider, 2020) têm mostrado que esse impedimento levou ao colapso das vendas em restaurantes e cozinhas. O que, por sua vez, desdobrou-se em uma iminente crise comercial para comerciantes e agricultores que tinham nesses setores seus principais clientes, como discutido no capítulo II e III desta tese.

Esse cenário da COVID-19 também incitou um novo paradigma mundial de consumo de produtos e ingredientes que realçam a importância da sustentabilidade nos sistemas agroalimentares. Como descreve Galanakis (2020), os ingredientes bioativos e herbais que fornecem suporte do sistema imunológico humano contra infecções

passaram a ser considerados essenciais, associados a embalagens e transportes que minimizem as crises de saúde e ambientais no futuro.

A reconfiguração do ambiente institucional para atravessar os problemas sanitários promovidos pela pandemia foi organizada para a manutenção das transações comerciais, os mercados atacadistas tiveram que estabelecer estratégias de combate à propagação do vírus no interior dos entrepostos. Ao que menciona a FAO, os gestores dos mercados atacadistas discutiram em comitês de emergência quais as operações de impulsionamento dos mercados (FAO-FLAMA, 2020).

Nessa direção, foram emitidos comunicados que estabeleceram regras para operadores, permissionários e clientes, de forma que em cada grupo específico fosse dado um atendimento para segurança de pessoas pertencentes aos grupos de alto risco, em especial os idosos. Também se amplia a disseminação de dados e documentos especialmente examinados nesta tese. No caso, essa seção toma como base os dados dos sete boletins emitidos pelo site oficial da FAO entre 2020 e 2021, e que são referentes a 94 mercados atacadistas da América Latina, sendo 2 deles brasileiros: o CEASA - RJ o CEASA-PE, este último foco desta tese.

Tais documentos indicam que os mercados atacadistas se mantiveram abertos, acarretando uma alteração na gestão logística, mediante a restrição de circulação de pessoas e produtos. Nos boletins consultados, as entidades declaram que a execução do controle sanitário entre os galpões, comumente povoados, não foi uma tarefa facilmente realizável, porque dependia, em grande medida, da consciência de cada indivíduo que por ali transitava.

Nesse cenário, as CEASAS foram consideradas como serviços essenciais e se mantiveram abertas com respaldo da Lei Federal nº 13.979/2020, que estabelece medidas restritivas para enfrentamento da COVID-19. Vale sublinhar que o trabalho de campo no CEASA-PE realizado em 2020, deu um panorama desse obstáculo enfrentado pelos gestores dos mercados atacadistas, ao ser possível observar galpões superlotados sem distanciamento social entre consumidores e permissionários, com poucas pessoas valendo-se de máscara de proteção à COVID-19.

Com efeito, admite-se que apenas 12% dos mercados restringiram os horários de funcionamento e mantiveram uma estabilidade de, aproximadamente, 50% das vendas,

com uma tendência moderada para uma alta dos preços (FAO - FLAMA, Boletim 3, 2020). Isso não quer dizer que não houve uma redução na oferta de FLV pelas CEASAS brasileiras, pois, como destaca Belik (2020), ocorreu uma oscilação na oferta de alimentos no primeiro ano da pandemia, ainda que relacionada a sazonalidade da produção agrícola. Por outro lado, a ausência dos compradores como hotéis, restaurantes e lanchonetes incitou uma redução quase total das compras no primeiro ano da pandemia (92%) (FAO - FLAMA, Boletim 5, 2020).

As entidades apontam que houve uma adaptação à pandemia, por meio da adesão às transações virtuais por parte de 67% dos permissionários, na sua maioria com uso de aplicativos para vendas (FAO - FLAMA, Boletim 5, 2020). Outros 40% adotaram pagamentos eletrônicos na venda direta. Nesse contexto, 55% dos mercados injetaram recursos próprios para incorporação de tecnologias, enquanto 38% usaram recursos dos permissionários e 28% contaram com recursos governamentais.

Ainda que haja dificuldade de transpor a cultura da informalidade, essas organizações celebram a mobilização de recursos financeiros com autonomia entre os permissionários que fizeram investidas no comércio virtual. No entanto, é difícil mensurar essa guinada virtual entre os produtores, quando se observa que a problemática da informatização continua presente entre os agricultores familiares, como analisado por Niederle, Schneider e Cassol (2021). Outro desafio imposto, como admite as entidades, é que os permissionários dos mercados atacadistas mantêm o alto índice de informalidade nas transações comerciais. Os boletins mencionam uma dificuldade relacionada à necessidade de investimento financeiro nesses equipamentos.

Vale salientar a menção da FAO sobre o impulsionamento de projetos sociais voltados para doação de alimentos para banco de alimentos, ou diretamente à população. Nesse contexto, registra-se que apenas 13% dos 94 mercados descartaram os alimentos em 2020. Para essas instituições isso indica que, na sua maioria, os gestores estão comprometidos com a promoção da segurança alimentar em seus países³². Compreende-se, diante do exposto, que as mudanças de paradigma rumo aos

³² Consta que 69% fizeram doações à instituições de caridade, 56% para banco de alimentos, 42% entregaram diretamente à população enquanto 16% transformou esses resíduos em composto orgânico (FAO, FLAMA, 2020).

mercados de 4ª geração que já estavam na ordem do dia dos mercados atacadistas tornaram-se de urgente precisão.

Como foi descrito em capítulos anteriores, as entrevistas com os agricultores orgânicos e *agricultores comerciantes* foram realizadas a partir da segunda semana de março de 2020, mesmo mês em que foi decretada a quarentena para barrar a pandemia da COVID-19, em todo o país. Nesse contexto, estavam vivendo as consequências iniciais da transição pela qual passou o CEASA-PE em consequência do isolamento social.

Esta crise adicionou muitas dificuldades quanto à logística e a comercialização dos produtos da agricultura familiar em todo território nacional (VALADARES, ALVES, GALIZA, SILVA, 2020). Especificamente, as limitações que atingiram o segmento foram provenientes do *lockdown* em algumas cidades, gerando a queda das compras pelos pequenos supermercados de bairro e a diminuição da demanda de compradores e consumidores diretos de menor escala (GAZOLLA, RUFINO, 2021). Com efeito, no ano seguinte, em 2020, metade dos agricultores familiares do país (51 %) ainda sofreram com a diminuição de receita, experimentando uma perda de aproximadamente 35 % da renda bruta familiar mensal (DEL GROSSI, 2020).

Ciente do panorama que se instalava, o CEASA-PE divulgou, no dia 06 de março de 2020, em sua página oficial, a informação de que o funcionamento regular seria mantido (FIGURA 4.2). Atrelado a isso, assumiu uma governança pautada nas informações e ações da OMS e da Abra Associação Brasileira das Centrais de Abastecimentos (ABRACEN) relacionadas à prevenção a COVID-19. Nesse contexto, os funcionários a partir dos 60 anos seriam remanejados para atividades remotas ou internas; a higienização do entreposto seria intensificada; campanhas informativas passaram a ser realizadas dentro e no seu entorno.

Em 19 de março de 2020 um comitê especial de abastecimento foi criado pelo governo do estado de Pernambuco. Nesse momento, instituiu-se que feiras livres e mercados públicos não seriam afetados pelo decreto 48.832 de março de 2020, que institui medidas restritivas temporárias de enfrentamento da COVID-19.³³

³³ Define, no âmbito socioeconômico, as medidas restritivas temporárias adicionais para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do coronavírus.

FIGURA 4.2. Divulgação oficial do CEASA-PE, em março de 2020, sobre manutenção do funcionamento durante a pandemia do Covid-19



Fonte: Site oficial da entidade (Março, 2020)

Em 25 de março, o CEASA-PE anunciou que iniciaria a distribuição de máscaras descartáveis entre os funcionários, permissionários e ambulantes e, no dia primeiro de abril, divulgou nota sobre a realização de limpeza nos 54 galpões. Especificamente, seriam desinfetados os corredores, banheiros e plataforma diariamente com solução de água e hipoclorito e aplicado álcool 70° nos corrimões.

Por sua vez, em 27 de março de 2020, a ABRACEN, instituição norteadora da governança sistêmica das Centrais de abastecimento brasileiras, postou as novas diretrizes em rede social. Em seu texto, elenca um conjunto de temas considerados urgentes para manutenção do papel das Centrais como Política de Abastecimento Alimentar em tempos de pandemia: I) sobre o abastecimento, todas as CEASAS, estariam funcionando e abastecendo a população de forma segura. II) a geração de emprego e renda nos entrepostos estaria garantida aos produtores, permissionários, autônomos e colaboradores. III) Por fim, continuaria atuando como instrumento regulador de preço, evitando as especulações. De forma sistêmica, todas as Centrais estariam, por fim, interagindo para atender as demandas da população sem interrupções.

No que se refere ao uso dos mercados digitais, essa modalidade já estava em curso no CEASA-PE, antes da pandemia, por meio de um aplicativo que disponibiliza as informações comerciais dos permissionários (nome, telefone, ramo de negócio). Não se trata de um e-commerce, mas um compilado de informações com o objetivo de auxiliar o consumidor a se direcionar com mais facilidade na busca de produtos específicos no entreposto. Vale sublinhar que, por meio desse serviço, o CEASA-PE oferece uma lista com o contato dos agricultores orgânicos do galpão Reciflor e de alguns comerciantes da CECAF. No entanto, esse serviço não faz menção ou distinção aos produtos da agricultura familiar, se limitando a distingui-los entre comerciantes e *agricultores comerciantes*.

Como observa-se na figura, em outubro de 2021, a empresa lançou o aplicativo “CEASA Digital”, em elaboração desde 2019, anunciando um serviço de e-commerce que promove o distanciamento social ao facilitar a comunicação entre o comerciante e o consumidor, evitando o deslocamento do consumidor até o Centro.

FIGURA 4.3. Publicidade do aplicativo para compras virtuais do CEASA-PE



Fonte: Site oficial da entidade

Nesse aplicativo, o consumidor não realiza a compra através dele, mas na página do próprio comerciante. Em janeiro de 2022, foi possível averiguar que o aplicativo ainda não estava disponível para cadastro de clientes e acesso das informações. Sendo assim, nesse ínterim de pandemia, não foi divulgada nenhuma medida específica para o setor comercial da agricultura familiar.

Não se pode negar que o cenário de restrições de circulação de pessoas durante a pandemia e mercadorias promoveu um aumento colossal no uso de plataformas digitais de compras de alimentos. De acordo com Favaretto (2021), isso não permite afirmar que os mercados digitais passaram a funcionar indiscriminadamente para a agricultura familiar como os mercados tradicionais, cujas interações físicas desempenham um papel de suma importância entre agricultores e consumidores.

CAPÍTULO V - A FEIRA DE ORGÂNICOS DO CEASA-PE

A instalação da Feira de Orgânicos ocorreu em 2008, no galpão denominado Reciflor, em uma área coberta de 600 m² que, desde 2000, vem apoiando os produtores de flores do estado. Resultante de um esforço interinstitucional entre CEASA-PE, governo e entidades representativas da agricultura familiar, assim como da CECAF, envolveu alguns órgãos estaduais vinculados à Secretaria de Agricultura e Reforma Agrária de Pernambuco (SARA), organizações não governamentais (ONG) e movimentos rurais.

Do lado do poder público, contou ainda como o Instituto Pernambucano de Agronomia (IPA) e com a Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária de Pernambuco (ADAGRO), esta última uma autarquia vinculada à Secretaria de Agricultura e Reforma Agrária, que possui um entreposto dentro do CEASA-PE, monitorando os níveis de agrotóxicos em vegetais na feira. Em linhas gerais, esses órgãos atuam operacionalizando políticas públicas nos seguintes seguimentos: apoio à produção vegetal; produção animal; agricultura familiar; infraestrutura de abastecimento municipal; convivência com o semiárido, inspeção e fiscalização vegetal e animal, crédito rural, desenvolvimento de técnicas de produção, organização e comercialização, incentivo ao desenvolvimento de atividades não agrícolas, entre outros.³⁴

No tocante às organizações da agricultura familiar, a figura principal de atuação junto à Feira de Orgânicos foi o Serviço de Tecnologia Alternativa – SERTA, uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) de agricultores, técnicos e educadores populares. Atuando desde 1989, o SERTA utiliza-se de metodologias próprias das comunidades rurais voltadas para o desenvolvimento dos negócios locais, bem como coordena duas escolas técnicas de Nível Médio em Agroecologia, nos municípios de Ibimirim e Glória do Goitá.³⁵

A atuação dos Agentes de Desenvolvimento Local (ADL) permitiu, em 2007, a realização de uma capacitação sobre manejo orgânico para produtores de mandioca, denominada “Corredor da farinha”. Assim, o SERTA capacitou agricultores e

³⁴ Dados obtidos no site oficial do governo do estado de Pernambuco. Em: <https://www.ceasape.org.br/>. Acesso em 18/03/2022.

³⁵ Dados obtidos no site oficial da entidade: Em: www.serta.org.br. Acesso em 18/03/2022.

agricultoras que se destacavam como principais produtores de mandioca (FERREIRA, 2020).³⁶

O curso introduziu, junto aos agricultores participantes, um conjunto de práticas de manejo do subproduto da mandioca, bem como os capacitou para a produção de insumos orgânicos, como relatado na fala abaixo sobre compostos, barreiras verdes entre outras práticas de produção:

Pra ser orgânico, tem que fazer composto com resto de verdura que sobra e a gente coloca lá no cantinho e vai misturando pra fazer estrume e colocar nas verduras. Também tem que fazer uma barreira. (Pra isso) a gente planta flor de mel, uma florzinha amarelinha, ao redor das verduras para não contaminar com o vento (Dona Ni, março de 2021).

Aprender a produzir composto orgânico foi, portanto a “preparação” para entrar nesse ramo, como explica o feirante:

Houve uma preparação. A gente aprende como fazer estrume, composto, curva de nível, cobertura, como preparar uma semente boa, fazer planejamento de plantio. Quando estava apto tudinho, conseguimos a certificação em 2010 (Seu Ga, março de 2021).

Em outras palavras, é possível dizer que se trata de um “critério” para se tornar apto a produzir alimentos orgânicos, como afirma este outro: “O critério pra ser orgânico é saber criar galinha pra usar o esterco para verdura para o que eu produzo que é banana, limão, repolho, laranja, ovo de capoeira” (Seu Ma).

A etapa final do curso “Corredor da farinha” incluía o aperfeiçoamento das práticas comerciais dos participantes. Nesse contexto, a formação da Feira de Orgânicos do CEASA-PE equivalia à fase de culminância deste curso, com a entrada de agricultores oriundos de Pombos, Vitória de Santa Antão, Glória do Goitá, Chã de Alegria, Feira Nova e Lagoa de Itaenga na Feira de Orgânicos do CEASA-PE. Como relatado por Seu Gu, em referência ao curso que lhe permitiu a formação como agricultor e vendedor: “Estou na feira desde o começo. Quem me trouxe foi o Serta. Eu fiz o curso do corredor da farinha lá. Passei um ano e meio de curso de agricultor e de vendedor. E a gente era acompanhado por eles”.

³⁶ O SERTA contou uma parceria com a Sociedade Nordestina de Ecologia SNE, o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Sustentável da Zona da Mata de Pernambuco - PROMATA, a Prefeitura de Pombos, o Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Pombos e a Petrobrás.

Esse processo de categorização desses agricultores enquanto produtores de orgânicos também esteve amparado numa condição legal. A Lei 10.831 de 2003 vem inaugurar essa condição, normatizando feiras e propriedades e produtores rurais no país. Assim, passam a ser considerados orgânicos aqueles produtores credenciados no Sistema Nacional de Produção Orgânica do Ministério da Agricultura (MAPA) para permissão da venda direta com e sem certificação. No estado de Pernambuco, as feiras orgânicas são regulamentadas pela lei estadual nº 16.320/2018, que vincula, aos espaços de comercialização, o agricultor familiar credenciado no MAPA.

Sendo assim, o curso “Corredor da Farinha” adequou os agricultores ao conjunto de normativas, sobretudo à conformidade orgânica exigida pelo MAPA e aos mecanismos de controle da produção e comercialização dos produtos orgânicos (atual Instrução Normativa 52/2020). Esta lei vincula aos mercados o agricultor familiar credenciado por meio de duas modalidades de venda: a direta e a indireta.

A primeira se constitui a partir da participação do agricultor em uma Organização de Controle Social (OCS). A OCS é um instrumento cuja garantia da qualidade orgânica está relacionada à possibilidade da rastreabilidade, conectando-se, assim, com a fonte de origem do produto. A participação em OCS é uma modalidade de controle que se utiliza de um termo de responsabilidade coletivamente assinado, contendo a descrição do manejo e do controle construído coletivamente com metodologias participativas. A emissão da OCS bem como por um plano de manejo cadastrado no Ministério da Agricultura (MAPA) assegura o reconhecimento governamental do produtor orgânico enquanto a alocação deste documento nas bancadas nas feiras orgânicos é a forma de se assegurar a ao consumidor qualidade dos produtos comercializados.

Permitindo a venda sem certificação ou selos de identificação da qualidade orgânica, essa modalidade é a única que não gera custo, sendo criada especificamente para agricultores familiares realizarem a venda direta nas feiras. Constam neste cadastro dos produtores vinculados à OCS as seguintes informações: nome dos produtores, o município de origem, o número de documento (RG), nome da OCS vinculada, e a declaração de que o produtor está autorizado para comercializar produtos orgânicos não certificados diretamente ao consumidor, nos termos da lei federal 10.831 de 2003.

Já a venda indireta exige uma certificação, bem como um selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica por auditoria privada ou por um Sistema Participativo (SPG). Os Sistemas Participativos de Garantia correspondem a certificadoras, cujo controle é exercido por um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade Orgânica (OPAC). A OPAC constitui-se como uma pessoa jurídica composta por agricultores responsáveis pelo monitoramento e pela avaliação. Assim, a OPAC é uma alternativa para reduzir os custos de certificação por auditoria, uma vez que os custos são diluídos entre os participantes.

Até o momento da pesquisa, Pernambuco contava com 198 agricultores e agricultoras registradas por uma OPAC: a Associação dos Agricultores e Agricultoras Agroecológicos do Araripe – ECO ARARIPE. Registra-se ainda a modalidade de controle a partir da contratação de empresas certificadoras. Essas realizam inspeções e auditorias, seguindo as normas nacionalmente reconhecidas, bem como as convenções internacionalmente estabelecidas, permitindo, assim, a entrada no mercado internacional por parte dos agricultores participantes desse processo.

Outros 133 produtores haviam sido certificados por 6 empresas: o Instituto Chão Vivo de Avaliação da Conformidade; o Kiwa BCS Brasil; a Agricontrol S/A – OIA; e o IMO Control DO BRASIL LTDA, a ECOCERT Brasil Certificadora; o IBD Certificações LTDA.³⁷

FIGURA 5.1 - Logotipo da empresa IBD (à esquerda) e da empresa Ecocert (ao centro) utilizados junto ao selo do Ministério da Agricultura (à direita) pelos agricultores da Feira de Orgânicos do CEASA-PE.



Fonte: Google

³⁷

Dados coletados no site oficial do Ministério da Agricultura - MAPA.

Com exceção da OCS, a certificação está disponível para identificar os produtos orgânicos em vendas, cujo produtor não se faz presente, como nas gôndolas de supermercados ou no comércio de atravessadores.

Há semelhanças entre o selo IBD e ECOCERT em torno de algumas exigências, como a formação de uma comissão de visitas às propriedades e elaboração de um plano de manejo orgânico que deve ser seguido, além da realização de visitas periódicas para avaliação. A literatura identifica que as três modalidades conferem uma flexibilidade para os agricultores agirem em distintos mercados de orgânicos, de acordo com contextos econômicos específicos (NIEDERLE, RADONSKY, 2017).

Além disso, por ser gratuita e estimulante do potencial de coordenação e coesão dos atores envolvidos, a modalidade de controle social OCS pode ser considerada como o mecanismo de circuitos curtos que contribui mais fortemente com a diminuição das desigualdades (DAROLT, ROVER, 2021).

Nesse período, já estava em curso a formação das Organizações de Controle Social – OCS. As falas relembram o processo em que os agricultores se tornaram aptos para receber a OCS e para iniciar os seus trabalhos, como destaca uma das agricultoras:

Eu recebi a OCS porque eu fui certificada. É a comprovação que eles mesmos fazem e entregam pra gente. A OCS, depois que recebe uma vez, a gente já pode trabalhar. Eles sabem da produção da gente, não precisam ficar acompanhando porque se a gente fizer errado quem vai sofrer é a gente. Eles não fazem acompanhamento não, porque já passou o prazo de conclusão do curso e sabem que a gente faz certo o manejo orgânico (Dona Ri, março de 2021).

Registra-se que parte dos atuais integrantes da Feira de Orgânicos já tinha experiência prévia com o trabalho na feira e por isso foram chamados: “*Essa feira foi uma parceria entre o SERTA e agricultores que já vinham pra feira, então através deles eu cheguei aqui. O SERTA começou a arrumar feira pra gente quando começamos a ir no curso*” (Seu Re).

Outros, inexperientes como feirantes, foram convocados para fazer parte da feira, na medida em que se firmavam como produtores orgânicos: “*Aqui formaram o galpão e depois foram chamando os agricultores que já faziam parte dos orgânicos. Eu comecei a produzir orgânicos pelo SERTA, em 2005, e aí fui me desenvolvendo*” (Seu Ma).

O objetivo da OCS é também o de proteger os produtores, na medida em que os livram de ser confundidos com aqueles que não atendem a conformidade orgânica, fato, aliás, que já acontecia quando o CEASA-PE expulsou alguns feirantes, por não apresentarem o documento da OCS, como mostra outro agricultor entrevistado:

O combinado era chegar na feira com a OCS. Através do SERTA, eu já sabia que essa feira ia abrir em 2008. Quando chegamos aqui, havia 51 bancas, ia até lá na frente, mas só com nós três. Depois que entrou e saiu um bocado de agricultor sem comprovação (de que produzia orgânicos). É que foi exigido que tivesse OCS (para poder iniciar na feira) (Seu Ga, março de 2021).

Além da OCS, as obrigações quanto ao cumprimento do Regulamento de Mercado do CEASA-PE também recaem sobre esses agricultores. Assim, a Feira de Orgânicos é regulada pelo Regimento de Mercado do CEASA-PE, elaborado pela Diretoria Técnico-Operacional – DTO que também norteia o gerenciamento da CECAF, como expressa o capítulo IV: “Da Comercialização Dos Produtos Da Agricultura Familiar, Feiras De Orgânicos E Flores” (ANEXO C).

Este documento decreta o destino dos galpões e a forma de pagamento por parte dos permissionários, pelo uso destas estruturas. Como na CECAF, o regimento decreta que se disponibilize o galpão Reciflor para a Feira de Orgânicos, dentro da conveniência técnica e operacional do DTO. Ainda, institui uma tarifa social cobrada aos agricultores familiares que fazem uso de ambos os galpões.

Vale destacar que, além do SERTA e do próprio CEASA-PE, outras entidades tiveram atuação na fase inicial desta feira, como é o caso do Instituto Agrônomo de Pernambuco (IPA), e a Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária de Pernambuco – ADAGRO. O IPA atuou junto ao SERTA na constituição inicial da Feira, convocando agricultores, assessorando na formação das OCS e na formação da primeira tabela de preços, atividade discutida mais adiante. A ADAGRO, por sua vez, passou a atuar na feira em funcionamento, inserindo-a no monitoramento cotidiano realizado no CEASA-PE.

A memória das ações está nas falas relativas às ações da política de assessoria técnica e extensão rural, alocados em seus 13 escritórios regionais em todo o estado. Não sem razão, seu Dô mencionou que há uma participação do IPA na gestão do conjunto das feiras do estado de Pernambuco: “O IPA era encarregado dessa feira aqui

porque aqui é o CEASA, mas o IPA é responsável por quase todas as feiras de Recife. Sempre estão presentes”. Algumas atuações pontuais do IPA na Feira de Orgânicos foram destacadas, como a formação da tabela de preço e as orientações sobre o manejo da produção “aconselhando a fazer o preço de mercadoria”, para seu Ci e “dando orientação à gente sobre como plantar orgânico, às vezes aqui, às vezes lá no campo também” como relata Dona Ni.

Após a etapa de formação da qualidade orgânica e inserção dos agricultores, o SERTA e o IPA foram paulatinamente se distanciando da coordenação da feira. O CEASA-PE se manteve na coordenação, por meio do Departamento Técnico Operacional (DETEC). Para tanto, o Centro atribui esta função a um técnico de área, vinculado à organização diária da feira, acompanhado de um trabalhador da segurança e outro da limpeza.

O distanciamento das organizações está presente nas falas dos feirantes. Um deles chega a dizer que “o IPA e nada nesse momento, representam a mesma coisa. Eu acho que não é muito interesse do governo fortalecer a agricultura familiar não” (Seu Nô). As falas culminam em uma ausência quase completa tanto na feira como nos sítios, na zona rural. Como menciona Seu Ci, a visita do IPA se resumia a “ficar tirando foto”.

Os agricultores se ressentem da ausência de uma atuação mais sistemática das instituições no acompanhamento da produção. Para Seu Ma, “o SERTA está envolvido com a feira em alguma parte ainda, porque tem feira que eles ainda aparecem. E eles às vezes vão lá ao sítio fazer algum acompanhamento”. No caso de realização de reuniões com os produtores, Seu Ga chama a atenção para o fato de que “nunca mais a gente teve uma reunião de peso, mesmo que fosse feita lá em Vitória, no IPA, porque ficava a central. Vinha gente de Amaraji, Gravatá, Pombos, Chã Grande e Feira Nova”. Esse cenário revela um desmantelamento das políticas públicas de extensão rural no estado de Pernambuco (PIRES, 2018).

Os agricultores mencionaram que as reuniões entre o DETEC e os agricultores também têm se tornado cada vez menos frequentes. De acordo com as entrevistas, a primeira reunião aconteceu em 2007, com objetivo da formação inicial da tabela de preços dos produtos, contando com as três principais organizações - SERTA, IPA e

CEASA-PE. Situação que não teve continuidade depois da pandemia, caracterizando-se como uma situação de abandono dos agricultores à própria sorte. Na concepção de Seu Nô: “o CEASA não está fazendo mais reunião, não existe mais não. Estamos ao relento mesmo”.

Vale destacar que o interesse institucional é um mecanismo crucial para o fortalecimento das feiras orgânicas e agroecológicas e tem permitido a ampliação desses mercados no estado de Pernambuco. Silva, Santos e Araújo, (2021, p. 277), ao observarem a atuação da Rede Agreste de Agroecologia de Pernambuco, (Reagro), admitem que, para além da gestão propriamente dita dos aspectos operacionais e administrativos de um mercado, o atendimento institucional em conselhos, fóruns e associações das feiras tem possibilitado a manutenção de canais para “opinar, discutir sobre os conflitos, apresentar sugestões”.

Os autores ressaltam que esse processo favorece o fortalecimento do cooperativismo nas associações, com o estímulo à formação de grupos e criação de novas Organizações de Controle Social (OCS) no estado de Pernambuco. Assim, os mercados da agricultura familiar de produção ecológica se expandem ao passo em que se criam os espaços de diálogo e construção de todo o processo que envolve a formação de sistemas alimentares.

Na contramão desse processo, entretanto, alguns agricultores admitem que as reuniões anuais não sejam suficientes para discutir o conjunto das questões de interesse do grupo, como ilustra a fala de Dona Ri: “Faz um tempo que o CEASA não chama. Ela faz isso quase todo mês pra falar sobre preço, organização, sobre como tratar os clientes. Porque lá na roça a gente é meio bruto, aqui a gente já é outro tratamento”. Para a agricultora citada, as reuniões que, segundo observa, ocorrem a cada três meses, servem apenas para discutir os preços e a quantidade de produtos. Já para Seu Ci, as reuniões também servem para que o CEASA peça aos agricultores que aumentem a oferta de mercadorias.

De qualquer forma, as falas indicam que as reuniões entre os agricultores e o DETEC são esporádicas e realizadas para firmar compromissos e discutir temas caros ao CEASA-PE, como atualização da tabela de preços, controle de agrotóxicos, atendimento da variedade de produtos e tratamento dos clientes. Nesse aspecto, “a

reunião aqui é pra discutir preço e pra saber se tem pouco produto e porque tem ou porque não tem, e o que a gente vai trazer pra feira” (Seu Dô).

Entre as pautas das reuniões solicitadas pelo centro, destaca-se o sortimento de produtos e o comparecimento do agricultor na feira. De acordo com a recomendação do DETEC, a necessidade de eventual ausência dos agricultores deve ser acompanhada por atestado médico.

A obrigação com o CEASA é não poder falhar uma feira. Se não vier tem que avisar. Para nós perder uma feira, só se morrer pai, ou mãe, ou filho. A gente não pode perder uma feira por amigo, por nada não. Se eu ficar doente tem que ter declaração pra eles saberem e tem que ligar e dizer que não vou poder vir. Se for viajar, tem que dizer. Mas se eu não avisar a punição que recebe é nada (Dona Ri, março de 2021).

A ausência da punição não elimina a responsabilidade em torno de não faltar à feira. Como aponta Seu Ga: "Seguimos à risca. Não perdemos um dia de feira durante esses anos todinhos que passou”.

Diferentemente das reuniões, que contam com a presença da gerência do DETEC, a organização da feira acontece por meio de um conjunto de tarefas concentradas sob a responsabilidade de apenas um técnico de área do DETEC, para o qual se delegam os trabalhos presenciais na feira. Pelas suas atribuições, este funcionário foi descrito por alguns agricultores como coordenador, embora não seja um reconhecimento consensual. Seu Do, por exemplo, ao se queixar da falta de uma coordenação, não atribui ao técnico essa função.

Apesar disso, prevalece a ideia de que o assim chamado “coordenador” exerce uma importante atuação, em detrimento de outras figuras institucionais ou até mesmo de uma coordenação oficial:

O coordenador aqui ajuda a gente. Pra mim, foi o melhor que tive até agora porque ele sempre está aqui ajudando a gente. Diferente de outros que só vinham receber o dinheiro das bancas, dava um recado quando tinha e acabou (Seu Ga, março de 2021).

Algumas funções desempenhadas por esse técnico se deram de forma presencial, a saber: registro das vendas solicitadas pelos agricultores; recolhimento da taxa das bancadas; acomodação nas bancadas de placas com declaração de vínculo à OCS, com o seu posterior recolhimento e anotação das demandas estruturais da feira. Além

disso, a abertura e fechamento dos portões do Reciflor, com o recolhimento dos materiais em um almoxarifado, também ficam a cargo deste funcionário. Para Dona Ni, esse quadro configura a ausência de uma coordenação formal, levando a entender que “se não fosse ele, não sei o que seria da feira”.

Eventualmente, outros funcionários do CEASA-PE se fazem presentes na feira como consumidores. Para o caso de figuras com cargos institucionais mais relevantes, tais como gerentes, diretores e pelo presidente da empresa, também foi possível observá-los na feira, mas suas breves passagens estavam vinculadas às circunstâncias de algumas solenidades.

As relações que prevalecem podem ser, acima de tudo, emergentes de uma interface entre a organização hierárquica, com forte comprometimento entre feirantes e figuras institucionais e práticas autônomas realizadas com base nas decisões dos comerciantes. É o que indica o estudo de Viteri (2010), que se debruça sobre os variados comerciantes no Mercado Atacadista de Buenos Aires. Para a autora, há uma constante negociação entre esses tipos de coordenação resultando em uma dinâmica complexa, típica dos mercados atacadistas de coordenação público/privada. Essas interações reformulam a vida social dos atores sociais do mercado atacadista através das suas habilidades para negociar conflitos e programar uma ordem específica no mercado (VITERI, 2010).

5.1 A composição social da Feira de Orgânicos do CEASA-PE

Como destacado na metodologia, esta pesquisa contou com a narrativa de onze agricultores (quatro mulheres e sete homens), aproximadamente 60% do total de 19 feirantes (oito agricultoras e onze agricultores) cadastrados no galpão Reciflor.³⁸ Este grupo compõe os 1.024 agricultores familiares do estado de Pernambuco que estão incluídos, até o momento da pesquisa, no Cadastro Nacional da Produção Orgânica do Ministério da Agricultura (MAPA).³⁹ Este contingente se divide entre 370 agricultoras,

³⁸ Dados cadastrados no DETEC, com o qual tivemos acesso a essa lista. No entanto, vale destacar que este dado sobre os agricultores e público, disponível no site oficial do Centro.

³⁹ Dados coletados no site oficial do MAPA

633 agricultores e 21 pessoas jurídicas (associações, sítios, mercados, agroindústrias etc.) que produzem orgânicos em Pernambuco.

Uma maior representatividade foi encontrada entre os produtores da região da Zona da Mata Canavieira: Vitória de Santo Antão, Pombos, Lagoa de Itaenga, Glória do Goitá, Goiana, Paudalho, São Lourenço da Mata, Igarassu e Chã Grande. A população de agricultores dessas regiões tem ocupado 13 feiras orgânicas localizadas na Região Metropolitana de Recife (SILVA, 2016). O quadro abaixo elenca os municípios aos quais os agricultores da Feira de Orgânicos do CEASA-PE então vinculados.⁴⁰

QUADRO 5.1 - Agricultores participantes da pesquisa e município de origem

Município (PE)	Cadastrados	Entrevistados
Amaraji	4 agricultores	2 agricultores
Chã Grande	3 agricultores 1 agricultora	2 agricultores 1 agricultora
Recife	1 agricultora	1 agricultora
Feira Nova	2 agricultoras 1 agricultor	1 agricultora
Glória do Goitá	2 agricultoras 1 agricultor	1 agricultora 1 agricultor
Pombos	2 agricultores 1 agricultora	1 agricultor
São Lourenço da Mata	1 agricultora	
Vitória de Santo Antão	1 agricultor	1 agricultor
TOTAL	20	11

Fonte: quadro elaboração pela autora

Em termos de participação nas feiras orgânicas no estado, os onze entrevistados da Feira de Orgânicos do CEASA-PE representa um contingente de produtores orgânicos assim distribuídos: uma mulher e onze homens agricultores orgânicos de Chã Grande; onze mulheres e seis homens de Feira Nova, duas mulheres e vinte e um homens de Glória do Goitá; quatro mulheres e dezessete homens de Pombos; um

⁴⁰ Essa configuração envolve uma agricultora de Amaraji que dispõe da praça de alimentação para comercializar alimentos que são preparados com produtos da feira e da própria agricultura.

homem e uma mulher de Recife e uma mulher e sete homens agricultores orgânicos de Vitória de Santo Antão.⁴¹

No geral, os agricultores orgânicos do CEASA-PE residem em propriedades rurais, isto é, nas suas unidades produtivas, com exceção de dois entrevistados que moram na zona urbana e apenas produzem na zona rural. Entre os residentes rurais, o tamanho das propriedades variou entre 5 e 20 hectares.

No caso dos entrevistados que vivem na zona urbana, tal decisão em nada tinha a ver com a proximidade com o trabalho de comercialização na feira. Para um deles, a decisão de habitar na cidade se deu pela insegurança em seu sítio, no qual a sua família já sofreu um assalto. Nesse contexto, o agricultor conserva a sua propriedade rural e aluga a casa na cidade. Pôde-se também perceber um movimento inverso, na qual uma feirante moradora da cidade do Recife foi morar numa propriedade rural adquirida na sua aposentadoria. Tal situação era diferente do que ocorria entre os feirantes da CECAF, na qual a motivação da mudança de residência da zona rural para o centro urbano do Recife estava relacionada com a intensa atividade comercial ali desenvolvida.⁴²

No que se refere à divisão sexual do trabalho e às relações de parentesco, as práticas em torno do atendimento e negociações nas bancadas foram realizadas por quatro mulheres e sete homens. Entre os homens, três estavam sozinhos, dois estavam acompanhados das esposas e dois atuavam com filhos homens. Entre as mulheres, duas recebiam ajuda de familiares não nucleares, uma estava sozinha e outra estava acompanhada do marido. Observa-se, então, que, assim como na CECAF, a prática comercial na Feira de Orgânicos também tem predominância de homens.

Embora minoritárias, as mulheres são muito atuantes na sua atividade. Como mostram Cavalcanti et. al., (2022), um conjunto de experiências no Brasil e na Argentina confirmam que as tarefas atribuídas culturalmente às mulheres agricultoras têm se transformado. E, nesse contexto, as feiras agroecológicas têm sido os espaços que

⁴¹ Esses dados compunham um quadro acerca dos cadastrados no CEASA-PE até o momento da pesquisa entre maio e junho de 2021.

⁴² Em Moraes (2017) observa-se que os agricultores comerciantes optam por morar na zona urbana em atendimento a uma assiduidade progressiva na comercialização em detrimento da participação no campo da produção.

contribuem fortemente para o seu empoderamento nos sistemas agroalimentares, colocando-as como mais atuantes na comercialização.

A distribuição de tarefas varia entre os vários integrantes da feira. Como explica Seu Rê, seu filho "tomba uma banana, negocia e vem dirigindo o carro também". As duas falas abaixo são também ilustrativas na descrição da atuação da família no cotidiano das feiras:

Vem eu, ela e o filho. Ele faz tudo porque eu estou acidentado, então quem faz é eles, minha esposa e meu filho e boto alguém para ajudar também. Ela vem só quando precisa. Ela vinha sempre, mas como a venda está pouca, ela fica em casa já que eu aqui consigo resolver, ela fica em casa cuidando das coisas (Seu Nô, março de 2021).

Quem entrou na feira desde o começo foi meu bebê, meu filho, mas, quem vem hoje sou eu e minha esposa. Mas meu menino também vem, só que ele fica mais lá plantando junto com os trabalhadores. Quando ele vem, ele fica na banca. Essa banca aqui é dele. Aqui na feira o que eu faço, eles também fazem. É vender, pegar as caixas, separar as compras. Quando o menino vem, às vezes ela não vem porque não pode ficar sem ninguém na horta, tem que dar assistência (Seu Gu, março de 2021).

Os parentes desempenham um importante papel na divisão social do trabalho, tal como comprovado durante a pesquisa de campo, quando se observou que, em alguns casos, esses familiares foram encontrados durante os sete dias da semana. Não raramente, são as mulheres que assumem o protagonismo da comercialização na feira e do controle burocrático da atividade, ficando o marido com outras funções, como relatado:

Venho eu e minha esposa pra feira. Sou eu quem produz e colhe. O principal dela é vender. Eu ajudo também, mas ela é que toma mais conta da parte financeira e burocrática. A parte de produção é comigo. Ela é a administradora de tudo. A empresa está no nome dela e a conta é no nome dela. A gente divide assim o trabalho, a mão de obra, como se diz. Eu não podia me encarregar só da feira, então, ela não vai para o campo, todo esse trabalho de campo e de entrega é comigo. A parte dela é administrativa (Seu Dô, março de 2021).

Ainda que em número menor em relação à participação masculina, as mulheres da Feira de Orgânicos tendem a liderar a comercialização dos produtos, com participação expressiva também no cultivo e na preparação dos produtos para a feira.

As quatro mulheres entrevistadas, tanto se envolviam com o abastecimento como com a comercialização.

Nessa direção, Butto et. al., (2022) apontam que mudanças em torno da oposição casa/roçado, casa/quintal e sala/ cozinha redefinem a divisão sexual do trabalho camponês. Para Lira e Silva et. al., (2022), por exemplo, a participação de mulheres na comercialização tem possibilitado transformações na organização das famílias na divisão do trabalho doméstico e produtivo no agreste e sertão de Pernambuco. O estudo mostra que a atuação dessas mulheres resulta da “participação em cursos e formações e representação em espaços de organizações coletivas dos agricultores (cooperativas, associações, grupos informais, sindicatos)”, redefinindo a redistribuição de atribuições entre os membros da família.

Em relação à divisão do trabalho na agricultura, o grupo familiar ainda predominava na realização de tarefas. Sete entrevistados contavam com o grupo familiar, como é o caso da propriedade de Dona Ni, onde trabalham ela, seu marido e filho casado, morador de um sítio próximo, isto é, “mora dentro do sítio na casa dele, mas ajuda nós a plantar”, menciona a agricultora. Outro caso, como de Seu Ci trabalha com a esposa que participa das tarefas na agricultura, enquanto ele é o responsável pelas feiras: *“aqui na feira eu faço tudo e na agricultura, eu e a esposa trabalhamos com roça, macaxeira, batata, banana, essas coisas”*.

De outra forma, quatro feirantes que dependem do trabalho contratado que se dão sem amparo formal. Quase sempre os trabalhadores, tidos como “ajudantes” são conhecidos de longa data, como no caso de Seu Ga, que costuma contratar um seu conhecido há mais de 18 anos. Vale ressaltar, aqui, a interconexão que existe entre o espaço da moradia e o espaço de trabalho. No caso em questão, o ajudante é nascido e criado no engenho, tendo trabalhado com agricultura durante toda sua vida.

Na terça eu acordo de 1h00min e começo o dia com uma pessoa que me ajuda. Tem um ajudante que é diário. Ele é nascido e criado no engenho. Toda vida trabalhou na agricultura. Aí divide ele, eu e outra pessoa. Vai fazer mais de 18 anos.

As diversas falas ouvidas, embora se diferencie nas suas especificidades, trazem, em comum, o desempenho dos familiares e dos trabalhadores contratados, num

trabalho orquestrado pelas interações de proximidade comunitária. Nesse sentido, destaca-se a existência de uma dinâmica favorecida pelo associativismo que funciona como o motor da articulação entre os comunitários, não apenas para execução do trabalho agrícola, mas também para outros benefícios e melhorias coletivamente compartilhados. Seu Ga lança um exemplo sobre essa coesão entre a sua comunidade:

A gente combina pra ajudar um ou outro que está precisando de alguma coisa ou está doente. A gente se junta para auxiliar. Se está doente vamos roçar a área dele. Aquele que não pode pagar o trabalhador, a gente vai na vaga dele, essas coisas. Na reunião da associação, é que temos esse tratamento. Quem mora longe, sempre fica distante para se ver na reunião. Então, é sempre na reunião que sabemos o que está se passando com um e com outro.

No que se refere à sociabilidade nas relações de trabalho, há de se considerar, segundo Melo (2012, p. 216), que as relações de proximidade e confiança no trabalho rural constituem “o combustível que eles depositam nas pessoas com quem trabalham e é preservado independente da forma de pagamento da força de trabalho”. Essa relação de confiança dá uma maior margem de negociação interna na elaboração de caminhos alternativos de reprodução social, permitindo, inclusive, que o trabalho da lavoura não fique completamente comprometido na eventualidade de saída de algum ente familiar da produção.

5.2 A Organização social dos agricultores orgânicos

Como mencionado, o quadro organizacional dos agricultores e das agricultoras é composto pelas Organizações de Controle Social - OCS que permite o acesso dos feirantes à modalidade de venda direta de produtos orgânicos. Essas organizações são compostas por agricultores que já vivem a experiência associativa em suas comunidades rurais. Segundo Niederle e Radomsky (2017), a OCS é uma forma consolidada de engajamento sociopolítico dos agricultores, que tem possibilitado a criação de mercados, e por isso tem sido descrita pelos mesmos como “mecanismo cívico de geração de credibilidade no mercado”.

O estado de Pernambuco contava com o registro de 703 Organizações de Controle Social - OCS no Cadastro Nacional da Produção Orgânica do Ministério da

Agricultura até o momento da pesquisa. O quadro a seguir mostra um conjunto de doze Organizações de Controle Social atuando na Feira de Orgânicos do CEASA-PE e seus municípios de origem:

QUADRO 5.2- Organizações de Controle Social (OCS) da Feira e respectivos municípios de origem em Pernambuco

1. Organização dos produtores orgânicos do município de Amaraji	Amaraji
2. Associação dos agricultores agroecológicos de Bom Jardim – AGROFLOR	Bom Jardim
3. Associação Terra Viva de produtores orgânicos	Chã Grande
4. Associação dos pequenos produtores do sítio Pajeú	Dormentes
5. Associação Santo Agostinho	Feira Nova
6. Associação comunitária de produtores rurais de Palmeiras	Glória do Goitá
7. Associação das famílias agroecológicas de São Severino e seus arredores	Gravatá
8. Associação dos pequenos produtores rurais do sítio Água Branca	Pombos
9. Associação dos produtores rurais orgânicos do P.A Ronda - Chico Mendes	Pombos
10. Associação dos pequenos produtores rurais de Porteiras	Pombos
11. Associação dos pequenos produtores rurais do sítio Maracujá e adjacências	Pombos
12. Associação dos agricultores de base familiar e cultivo orgânico da região de Mocotó.	Vitória de Santo Antão

Fonte: quadro elaborado pela autora

Essas associações se revestem de particular importância para os agricultores porque, além de acessarem direitos sociais, a vinculação a essas entidades é pré-requisito para a emissão da OCS e sucessivamente, para a sua entrada nas feiras de orgânicos. Na CECAF, os feirantes são menos participativos nessas organizações, enquanto os agricultores orgânicos parecem atuar mais ativamente, deliberando sobre as pautas coletivas. Como destaca Seu Ga: “*Para resolver as coisas tem reunião na associação*”.

Na CECAF, a atuação das associações a qual os agricultores comerciantes são vinculados está direcionada para as comunidades nos seus respectivos municípios e funciona como um elo entre o Estado e os agricultores no sentido de angariar as

políticas públicas de interesse dos produtores. Nesse caso, elas também se prestam como ancoradouras de políticas sociais.

5.3 A ocupação da Feira de Orgânicos do CEASA-PE

Atualmente, os agricultores e agricultoras que se interessem pela Feira de Orgânicos do CEASA-PE precisam procurar o DETEC, apresentando a declaração de vínculo à OCS. A política de ocupação deste galpão segue as normas previstas no Capítulo XIV do Regulamento de Mercado do CEASA-PE, que menciona o seu uso para esse fim, nas quartas-feiras. As feiras de flores, por sua vez, acontecem nas terças, quintas e sábados, das 5h00min às 7h00min, com 51 comerciantes, dos quais 39 produtores de flores são do estado de Pernambuco (SILVA, et. al., 2017).

As entrevistas, bem como os estudos de Alves et. al. (2013) e Leão (2019), indicam que o dia da feira foi escolhido em conformidade com os agricultores que participaram do processo de instalação da feira, entre os anos de 2007 e 2008. Diferentemente da CECAF, que é ocupada via pagamento diário da pedra, o uso do Reciflor acontece através do aluguel diário de barracas de feira, que se encontra na cifra de R\$12,00 por barraca.

A montagem das barracas é realizada por um profissional contratado pelo DETEC antes dos agricultores chegarem com suas mercadorias e o seu pagamento só acontece no final do expediente, lembrando que o galpão para funcionamento da Feira Orgânica tem horário fixo para entrada, no caso a partir das 2h até às 9h.–Durante as visitas de campo, a configuração espacial da feira alojava onze barracas assim distribuídas: quatro barracas em cada lateral do galpão e mais três barracas no seu interior, com um entrevistado ocupando cada uma destas barracas. Assim, notamos uma configuração distinta daquela sinalizada por Alves et. al., (2013), em 2008, quando a Feira de Orgânicos do CEASA-PE contava com 50 barracas para atender mais de 100 agricultores cadastrados.

Os autores mencionam que, já naquela época, apenas 30% desse conjunto de agricultores participavam regularmente desse espaço, em razão da oscilação da disponibilidade de produção anual. Leão (2019), por sua vez, aponta outra

configuração, com cerca de vinte barracas para quinze a dezessete agricultores e agricultoras. Em comparação com nosso campo em 2021, foi possível constatar que, no decorrer da pandemia, mais particularmente entre 2019 e 2021, esta feira perdeu nove barracas, ainda que tenha incorporado dois novos agricultores. Esse ambiente de venda é complementado com uma estrutura apropriada às necessidades dos consumidores, como: estacionamento externo de uso gratuito, infraestrutura de vigilância, sanitários e carrinhos de compras. Além disso, os feirantes contam com sala de apoio e balanças eletrônicas.

FOTO 5.1 - Agricultor utilizando balança (à esquerda) e cliente com carrinho de compras (à direita), ambos disponibilizado pelo CEASA-PE.



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

A feira de orgânicos não é o único espaço de venda que os agricultores entrevistados acessam. Ao possuírem vínculo com uma OCS, estão igualmente aptos para a venda direta em outras feiras de orgânicos. Para aqueles que detêm a certificação, seu produto recebe um selo que permite ser escoado por outros circuitos de comercialização para além da feira, galgando distintos mercados.

Apenas um produtor apresenta produtos certificados. Vale destacar que ele faz uma distinção entre feira e mercado, explicando o benefício da flexibilidade que existe

entre comercializar na venda indireta com produto certificado e na feira, através da OCS:

Só com OCS, a gente não pode vender em mercado nenhum. Com a certificação é diferente. Eu vendo no mercado, supermercado, eu vendo pra qualquer empresa, mando pra onde eu quiser, o que eu tenho na roça. Então, a diferença está aí, é uma certificadora particular que acompanha, já vem junto com a certificação que o Ministério da agricultura aprova. (Seu Dô, março de 2021)

Além do pagamento das barracas e da emissão da OCS e o uso de produtos com selos, são poucas as exigências para a ocupação do galpão, de forma que Seu Gu chega a afirmar que “o CEASA não exige da gente muita coisa não, só o básico”. Por fim, na negociação da Feira de Orgânicos do CEASA-PE, orienta-se pela prática da tabulação de preços.

FOTO 5.2 - Tabela de preço cedida e alocada pelo DETEC em barracas da Feira de Orgânicos do CEASA-PE

PRODUTO	PREÇOS	PRODUTO	PREÇOS
Abacate	6,00 / kg	Hortali	2,00 a 3,00 / molho
Abacaxi	3,00 a 5,00 / unid.	Inhame	4,00 a 7,00 / Kg
Abercacha	5,00 / Kg	Jerimum	3,00 a 4,00 / Kg
Azeitão	3,00 a 5,00 / unid.	Laranja Comum	0,70 a 0,80 / unid.
Acerola	3,00 a 5,00 / Kg	Laranja Pera	0,70 a 1,00 / unid.
Agulha	2,00 a 3,00 / molho	Limão Taiti	0,20 a 0,30 / unid.
Afaca Americana	2,00 a 3,00 / unid.	Macaxeira	3,00 a 4,00 / Kg
Afaca Crespa	2,00 a 3,00 / unid.	Macaxeira descascada	4,00 a 5,00 / Kg
Afaca Lisa	2,00 a 3,00 / unid.	Mamão Formosa	3,00 a 4,00 / Kg
Amei-jas	2,00 / 1 bulbo	Maçã Fuji (Hawaii)	4,00 a 5,00 / Kg
Banana Anã	2,00 a 3,00 / dúzia	Manga Espada	0,50 a 0,70 / unid.
Banana Comum	0,70 a 1,00 / unid.	Manga Rosa	0,50 a 1,00 / unid.
Banana Mauá	0,50 / unid.	Maraçujá Comum	0,70 a 1,00 / unid.
Banana Prata	3,00 a 4,00 / dúzia	Maxixe	0,15 a 0,20 / unid.
Betate Doce	3,00 a 4,00 / Kg	Melancia	1,50 a 2,00 / Kg
Berinjaca	4,00 a 5,00 / Kg	Mostarda	1,50 a 2,00 / molho
Beterraba	3,00 a 4,00 / mol = 3 unid.	Peão	3,00 a 3,50 / unid.
Brócolis	3,00 a 4,00 / molho	Pequi	3,00 a 4,00 / Kg
Brócolis chinês	8,00 / Kg	Pequi japonês	3,00 / Kg
Caqui	4,00 a 5,00 / Kg	Primoche	0,70 a 1,00 / unid.
Caqui	0,50 / unid.	Quiabo	0,10 a 0,15 / unid.
Cará de São Tomé	4,00 a 5,00 / Kg	Reborete	2,00 a 3,00 / molho
Carambola	0,50 a 1,00 / unid.	Repolho Lisa	5,00 a 6,00 / Kg
Cebola branca	3,00 a 4,00 / 4/5 unid.	Repolho Rolo	7,00 a 8,00 / Kg
Cebolinha	2,00 / mol = 1/2 unid.	Rendê	2,00 a 3,00 / molho
Cenoura	3,00 a 4,00 / unid.	Ricuíta	2,00 a 3,00 / molho
Chuchu	2,00 a 3,00 / unid.	Salsa	2,00 a 3,00 / molho
Chuchu	0,70 a 1,00 / unid.	Sapoti / Sapoti	7,00 a 8,00 / Kg
Coco Seco	3,00 a 4,00 / unid.	Tomate Caí	8,00 / Kg
Coco Verde	2,00 a 3,00 / unid.	Tomate Cerpa	8,00 / Kg
Coentro	2,00 a 3,00 / molho	Tomate Comum	12,00 / Kg
Coque-Flor	0,80 a 0,90 / Kg	Vagem Grossa	5,00 a 6,00 / Kg
Coque-Folha	2,00 a 3,00 / mol = 1/2 folha	Vagem Fina	6,00 a 8,00 / Kg
Espinafre	3,00 / mol = 1/2 Kg	Vinagrete	2,00 a 3,00 / unid.
Fava Verde	10,00 a 12,00 / Kg	OVETROS	
Fava Seca	20,00 / Kg	Goma/Massa	5,00 a 6,00 / Kg
Fencho Verde	8,00 a 10,00 / Kg debulhado	Ovos de Capoeira	0,70 a 0,80 / unid.
Fencho Verde	4,00 a 5,00 / Kg com casca	Galinha de Capoeira	20,00 / Kg
Fruita PBQ	2,00 a 3,00 / unid.		
Goiabá	4,00 a 5,00 / Kg		
Gravola	4,00 a 5,00 / Kg		

Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

O ponto de partida da precificação na feira se deu a partir de um levantamento de preço dos produtos orgânicos em feiras e supermercados da Região Metropolitana de Recife (RMR), em 2008, por parte do DETEC. A prática de tabular coletivamente os

preços nas feiras orgânicas consiste em uma estratégia padrão, comumente adotada por outras feiras no Recife.

Segundo Cavalcante de Sá, Fantuzzi e Veras (2018), leva-se em conta duas práticas na formação do preço. A primeira compete ao cálculo dos custos como impostos, desvios, calotes, descontos, deterioração, sobras, etc., enquanto a segunda se refere à comparação de preços praticados por demais produtores e comércios do mesmo nicho. Essa comparação, como a realizada pelo DETEC, quando recorrente, pode auxiliar na eliminação da necessidade de revisar cálculos e custos, segundo os autores. O cálculo do preço deve considerar não apenas os custos de produção, administração e distribuição, mas também o valor do trabalho das pessoas envolvidas em cada etapa, seguindo os princípios da economia solidária e do comércio justo. Contemplando o princípio da transparência, os preços fixados são divulgados em uma tabela física nas bancas das feiras.

Como revelam algumas entrevistas, as reuniões com o propósito da precificação eram facilitadas pelo DETEC no galpão Reciflor, após o fechamento da feira, cabendo aos agricultores a sua definição.

Para definir preço é a gente. Quando a gente acha que o preço está defasado demais, a gente comunica ao DETEC e a gente se reúne e aqui mesmo resolve. Aí pega a tabela de preço e aqui mesmo a gente muda (Seu Ga, março de 2021).

De todo modo, quase sempre, os preços são combinados conjuntamente entre os agricultores e o CEASA-PE, como informa o Seu Ra. Alguns relatos indicam que, após 2008, a tabela passou a receber reajustes bianuais. O CEASA-PE informa, em seu site oficial, que os preços são fixados, em reuniões entre os agricultores e representantes das entidades envolvidas.

Segundo relatos, o conjunto dessas estratégias evita que os produtos sofram as mesmas variações de oferta e demanda do mercado convencional. Os agricultores têm uma forma própria de visualizar essa diferenciação entre o preço tabelado e o preço que oscila com as variações do mercado convencional.

O comprometimento com a tabela previamente fixada chega a gerar indignação por parte daqueles que observam a facilidade com que feirantes do comércio livre

praticam a alteração de preços. Para outros, entretanto, comercializar com base na lei da oferta e demanda e na concorrência foi considerado por um agricultor como “preço injusto”, no sentido de ser incoerente com a tabela. Como chama atenção Dona Li, vender é também defender o preço tabelado. No entanto, ela também afirma que alguns dos agricultores vendem produtos orgânicos e não possuem preços justos, vendendo-os a qualquer preço.

O orgânico não é qualquer coisa que eles estão achando no meio da rua, feito tem por aí, desses produtos que oscilam de preço. O convencional tanto está com um preço muito barato como, de repente, dá um tiro que todo mundo fica achando um absurdo. O nosso não, a gente segue de acordo com a tabela. Agora muita gente daqui não segue não.

Para essa feirante, a variação na forma de precificação acaba prejudicando quem segue a tabela, reverberando na escolha do cliente: “É tanto que o cliente rodeia, passando, naquela banca compra, passa pela minha e não compra porque meu preço é mais caro que essas aí”.

A precificação por tabela não raras vezes leva a discórdias e conflitos entre os feirantes, como explica Seu Do, referindo-se a uma “briga de foice”. Dona Ni complementa afirmando que, se um dos agricultores vende algum produto a mais ou menos do que o que foi estabelecido na tabela, já é motivo de confusão.

Entre os 11 agricultores entrevistados, sete (60%) mencionaram seguir a tabela à risca, não flexibilizando a negociação, como no caso de Seu Do, que vende alface a R\$ 2,00, como estabelecido pela tabela, enquanto outros vendem a R\$ 1,50 ou até mesmo a R\$ 1,00. Eles teceram argumentos no sentido de manter o compromisso com as decisões deliberadas coletivamente, enquanto a prática de negociar vai na “contramão” desses acordos, o que é interpretado como um desrespeito às regras do jogo: “O convencional, ele sobe e desce. E o da gente é fixo. Tem agricultor que não respeita isso, que baixa o preço, principalmente se o cliente reclama. Eu não faço não, mas cada um é cada um”, relata Seu Ci.

Outro justifica que não é interessante negociar porque, além de desrespeitoso, não é viável lidar com os custos e perdas da produção orgânica.

Para negociação, a gente tem a tabela de preço. A gente até pode negociar, mas tem que ser em cima dessa tabela. Se o cliente chega aqui para comprar e

vê que um quer vender mais barato do que o outro, ele já fica desconfiado. Na agricultura orgânica, a perda é grande, então não pode vender mais barato”
(Seu Ga, março de 2021)

A “perda grande”, a que se refere o agricultor, pode estar relacionada a um dos desafios descritos por Aubin e Cavalcanti (2022), referindo-se às dificuldades que o manejo ecológico tem enfrentado, especialmente por não haver um movimento de controle dos sistemas naturais e das suas reações. Explicam os autores que há uma compreensão por parte dos agricultores de que a natureza tem um ciclo próprio, que leva à impossibilidade de controlar os eventos na produção ecológica. Esta é a diferença “essencial entre a agroecologia e a agricultura produtivista intensiva”, admitem esses autores (AUBIN, CAVALCANTI, 2022, p. 67).

De outra forma, a lógica da produção intensiva, aparentemente dominante na produção fornecida nos demais galpões e na CECAF, pode estar direcionada por “um controle absoluto em relação aos processos vivos e, portanto, uma independência total em relação às contingências e ao caráter relativamente aleatório (no sentido de não totalmente previsível) característico da vida” (idem).

Para além das perdas, a concorrência entre quem pratica os mecanismos de preço e quem usa a tabela é desonesta, porque, como mostram Cavalcante de Sá, Fantuzzi e Veras (2018), o preço do orgânico acaba sendo nivelado com o dos produtos convencionais nos mercados. Como observam esses autores, caso fosse nivelado com os produtos orgânicos nesses mesmos mercados, deixaria de ser competitivo.

Ainda segundo esses autores, na Região Metropolitana de Recife, o preço das frutas orgânicas tabeladas é em torno de 78% inferior à média de preços praticados nos supermercados e 29% menor que a média de preços nas feiras convencionais. No caso dos legumes, os preços praticados nas feiras orgânicas se mostraram em média 156% menores do que nos supermercados e 80% menores do que nas feiras livres convencionais. Em particular, as folhagens, representaram uma economia de cerca de 40% em relação aos supermercados e 32% em relação às feiras convencionais. Este fato pode eliminar o pressuposto de que os produtos orgânicos nas feiras são mais caros do que os convencionais.

Outros quatro entrevistados mencionaram negociar o preço por fora da tabela. Nesses casos, a justificativa gira em torno da manutenção de um vínculo com o cliente.

Além disso, como alegou uma produtora, conta-se também com o fato de a mercadoria ser de sua propriedade, indicando que a forma com a qual pretende vendê-la compete a ela, como expressa na fala seguinte:

Eu posso negociar o preço porque a mercadoria é minha. Eles não exigem que a gente tenha que fazer o preço não. São R\$ 2,00 aqui, são R\$ 2,00 mesmo, são R\$3,00 aqui, são R\$3,00 mesmo. Todos eles são iguais. Agora se você só tem R\$ 3,00 (para pagar uma compra acima desse valor) eu não vou dizer a você que não vai levar, pra um cliente meu. Você pode levar. Por exemplo, o preço da galinha, cliente reclama que tem gelo, eu não vou melhorar o preço? Claro que eu vou (Dona Ri, março de 2021).

Há um anseio, por parte dos feirantes, de que o DETEC controle esta situação, com uma punição para aqueles que não seguem as normas. Outros entendem que são questões particulares ao grupo: “A gente discute coletivamente o preço, só que a coordenação não tem o poder pra resolver isso”, menciona Seu Dô.

No caso da construção coletiva da Feira de Orgânicos do CEASA-PE, observamos que, na prática, a mediação por parte deste centro é irrealizável, quando se observa que, além dos mecanismos de concorrência de preço e de tabulação, outras lógicas são utilizadas para a formação dos preços praticados. Nessa direção, estava a barganha entre feirantes e compradores em atacado. Sobre essa situação, Dona Ni explica que, nesse caso, “[...] quem pede abatimento é só gente de restaurante”. Sendo assim, são os consumidores domésticos que, de outra forma, aceitam o preço tabelado. Esta feirante considera que as donas de casa representam a maior clientela. Essas consumidoras domésticas não costumam pedir para baixarem os preços; já donos e funcionários de restaurante costumam pedir por algum abatimento. Nesses casos, o atacado vem permitindo uma flexibilidade na definição dos preços.

Apesar da barganha para o atacado ser mais aceita entre eles, a tabela continua sendo um parâmetro. De todo modo, o rebaixamento dos preços nem sempre é viável, por conta da própria qualidade da produção que gera maiores custos ao agricultor, limitando as possibilidades de redução do preço:

A mudança do preço da tabela depende do convencional. O varejo do CEASA, por exemplo, o coentro, ele segura a R\$2,00 o mói no varejo e aqui a gente vende pelo mesmo preço. Mas não pode ser igual, porque o orgânico tem a

perda. Lá a perda é pouca, no plantio né, a nossa é muita, dependendo da cultura.” (Seu Ga, março de 2021)

A fala seguinte de Dona Li indica que a perda na produção orgânica é um fator muito importante, exigindo a defesa da valorização do preço cobrado:

De acordo com o pedido e quantidade, eu até posso dar um desconto, mas não muito, porque a gente tem custo muito alto para manter a qualidade dessa produção. Então a gente tem que valorizar aquilo que a gente faz, cobrando pelo menos o certo, ou seja, a tabela.

Sendo assim, esta produtora sente-se na missão de convencer o cliente de que o preço é compatível com a qualidade da produção.

Os clientes têm que aprender que aquilo que ele compra tem garantia. Eu mostro que o meu é certificado, que eu tenho embalagem, entrega, tem selo feito na gráfica, tenho que mostrar que aquilo que ele está comprando é garantido.

A qualidade orgânica cria uma diversidade de aspectos dos alimentos relativos às adversidades ecológicas intrínsecas a esse tipo de produção, o que leva os agricultores a desmembrarem a variedade dos produtos. Admite Dona Li que muitas vezes não é possível manter um padrão no tamanho e peso dos produtos, tendendo a uma classificação entre aqueles menores como inferiores, vendendo-os com um preço mais baixo, ficando os mais “bonitos” com o preço da tabela.

Em termos de frutas, se a fruta for mais bonita e maior, a gente classifica aí, a gente bota um preço normal que a gente vende e um preço mínimo, para aquela que acha menor né? A gente bota no máximo esse mais bonito.

No caso do tomate, essa lógica é ainda mais viável, dado a perda significativa que o produtor sofre com essa variedade de alimento, como mostra Seu Ga:

Eu quando planto tomate, dependendo do período, eu perco 80%, só fico com 20%, porque dá muita lagarta e doença. A última vez que eu vendi, que foi o ano passado, eu vendi por R\$15,00 o quilo do tomate bom. Já o tomate meio bichado, eu vendi por R\$10,00 e o povo comprou.

Ciente dessas condições, uma parcela dos clientes denuncia os agricultores que vendem fora da tabela, se posicionando como agente ativo na manutenção dessas

regras. Diante do dilema do preço do orgânico, a forma mais expressiva do controle social da tabela de preço corresponde a denúncia dos próprios clientes, que acabam mencionando para os feirantes que em uma ou outra barraca o preço é diferenciado, como destacado na seguinte fala:

Aqui a gente sabe tudinho, porque tem gente que diz que o consumidor que compra aqui por R\$ 2,00, chega e diz: “comprei ali por R\$ 1,00” porque vou comprar aqui por R\$ 2,00? Tem consumidor que não fala não, mas tem consumidor que fala, chega na barraca do outro e diz, comprei por tanto (Dona Ni, março de 2021).

Ao mesmo tempo, são as investidas dos clientes que levam alguns feirantes a descumprirem a margem estabelecida coletivamente e regida pela tabela disponibilizada nas barracas da feira, ao pedirem para baixar os preços na hora da negociação, sem qualquer registro ou nota.

O estudo de Oliveira (2020) aponta que o processo de construção dos canais de comercialização alternativos envolve um perfil específico de cliente engajado politicamente. Nessa direção, a consciência quanto ao preço tabelado e da qualidade da produção configura a relação entre valor e confiança nesses mercados. Embora as práticas econômicas das feiras orgânicas se beneficiem pela manutenção de um sistema de reciprocidade, um fator que pressiona a negociação por fora da tabela está pautado numa “má fama do preço” do alimento orgânico. Para a autora, existe um mito em torno das feiras de que o preço é maior do que os oferecidos pelos supermercados, mesmo que os supermercados possam chegar a oferecer os produtos de qualidade orgânica com uma média 56% mais cara, quando comparados às feiras agroecológicas.

Observa-se que há um impacto negativo na negociação dos preços, que não se fundamenta apenas nas ameaças aos vínculos resultantes da venda de produtos. Esse impacto também incide sobre a confiabilidade da procedência do produto, um ponto central das feiras agroecológicas. A coesão entre os agricultores participantes, ou falta dela, é um mecanismo que afeta não apenas o preço, mas também reflete a seriedade da feira em torno da qualidade dos produtos, aos consumidores. Assim, as relações entre os feirantes se transformam quando se processam as alterações de preços, pois a confiabilidade é afetada.

Conclui-se, então, que a política de controle do CEASA-PE pelo DETEC envolve a formação dos preços, e a fiscalização dos preços é realizável na prática pelos consumidores, no âmbito do processo de comercialização.

5.4 Controle da qualidade Orgânica

Para além do controle social dos preços, o controle da qualidade é o mecanismo normativo mais valioso para os mercados orgânicos. A política de controle da qualidade orgânica da feira recai sobre a comercialização de cerca de 120 variedades de produtos agropecuários, dentre as quais predominam as hortaliças. O controle da qualidade orgânica dos alimentos comercializados no Reciflor é uma intervenção que faz parte do Programa de Monitoramento de Qualidade de Produtos Hortifrutigranjeiros, por meio de uma articulação entre o CEASA-PE, o Fórum Pernambucano de Combate aos Efeitos dos Agrotóxicos e ADAGRO firmado em 2008.

Assim, um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) passa a orientar o Regulamento de Mercado, dentro do mesmo Capítulo IV que regula a CECAF, determinando que os produtos orgânicos expostos à venda nesta central sejam monitorados quanto a sua:

[...] qualidade de organicidade e sendo constatado qualquer indício de irregularidade, ou que determinado produto ali vendido não seja integralmente orgânico, o vendedor infrator será sumariamente excluído da feira, sem prejuízo de outras penalidades previstas neste Regulamento, ou em Leis reguladoras da matéria (CEASA/PE/O.S, 2016, p. 10).

Esse monitoramento fica a cargo da Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária de Pernambuco (ADAGRO), através da realização, no território pernambucano, de análises da sanidade agropecuária dos alimentos e fiscalização do trânsito, comércio e beneficiamento de produtos e subprodutos de origem animal e vegetal.

Para o monitoramento no CEASA-PE, a entidade dispõe de um posto onde atuam dois agentes de fiscalização agropecuários que realizam coletas periódicas de hortifrutigranjeiros (Foto 4.3). Assim, a ADAGRO inspeciona o uso de agrotóxicos

proibidos por pessoas físicas e jurídicas e aplica sanções por descumprimento da regulamentação sanitária, que chegam a R\$1.000,00 por produto identificado na coleta (ALEPE, 2003).

FOTO 5.3 - Posto da Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária de Pernambuco (ADAGRO) no CEASA-PE



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

A atuação dos agentes da ADAGRO se cumpre por meio de visitas e conversas para recomendações e alertas sobre agrotóxicos e penalizações:

A Adagro recomenda pra gente que se botar veneno, eles fazerem análise e se encontrar, pode levar até um ano de cadeia. Agora nós prometemos trabalhar na agricultura e sem agrotóxico, aí nós não trabalhamos lá com essas coisas. (Seu Ci, março de 2021)

Diferentemente das organizações que animaram a participação inicial dos produtores e foram esvaindo paulatinamente, esse dispositivo de controle dos agrotóxicos da ADAGRO se manifesta como um tipo de patrulha permanente presente na Feira de Orgânicos. Nesse sentido, “a Adagro está sempre lá no CEASA e de surpresa ela chega e pega”, alerta seu Ga.

Apesar da natureza fiscal e punitiva da ADAGRO, as falas não indicam que os agricultores se sentem ameaçados caso descumpram as regras de controle da qualidade orgânica. Como foi possível observar, existe certa permissividade do CEASA-PE no tocante ao não atendimento dos agricultores em relação à legislação, sendo os casos de expulsão dificilmente postos em prática.

Como chama atenção um entrevistado, o CEASA-PE não expulsa os agricultores infratores, considerando suas funções de Estado de inclusão social dos produtores. Nas palavras sublinhadas de um feirante, “eles dizem: ‘Somos governo e governo trabalha com todo mundo, não pode excluir ninguém’”.

Além da fiscalização da ADAGRO, assegura-se a qualidade dos alimentos através das modalidades de controle já mencionadas neste capítulo: pela OCS e pela certificação por auditoria. O CEASA-PE recomenda que os agricultores não atuem como intermediários de produtos alheios, sendo também uma forma de controle da qualidade orgânica⁴³: “Só pode trazer o que tem o que planta. Se for inverno e tem muita fava, feijão, milho verde, aí eu trago, se não tiver não vou trazer” (Dona Ri).

Uma das formas de manejar essa qualidade orgânica é levar alimentos da sazonalidade, o que, além de proporcionar certa previsibilidade da oferta, reduz as perdas. Para o caso das frutas, a sazonalidade é uma regra geral das feiras: “Fruta a gente só leva na época, a gente não tem fruta fora de época não. O orgânico só tem fruta por época” (Seu Dô).

A incapacidade de produzir fora de época leva os agricultores a criarem outros mecanismos de abastecimento que mantenham a qualidade orgânica. Alguns pegam entre vizinhos, outros entre agricultores que têm mais sortimento de produtos. Ainda assim, os produtos mais presentes na feira são a alface (crespa, lisa e roxa), a banana e o limão. Já os menos observados foram o tomate e a melancia.

Não foi possível mensurar o mix de produtos de cada entrevistado durante a pesquisa, dada a prática de troca de produtos entre eles. Não obstante, as folhosas são os produtos mais ofertados, enquanto grãos, condimentos e doces também são

⁴³ O CEASA-PE disponibiliza esses dados dos produtos ofertados na feira em seu site oficial, assim como o calendário agrícola da produção do estado.

ofertados com certa estabilidade, ficando como mais sazonais a oferta de frutas e raízes.

Em menor proporção situa-se o uso dos mecanismos de certificação por auditoria privada. As falas de dois entrevistados explicam o funcionamento desse tipo de controle:

Esse selinho aqui foi aprovado pela certificadora. Eles olham tudo, limpeza, conservação de nascente, preservação de mata. O que tiver de errado eles mandam corrigir e só é liberada a certificação quando estiver corrigido. O auditor diz: essa correção tem 15 dias para corrigir e mandar pra ele lá. Até ele entregar o documento da certificadora que é mais 15 dias de prazo. Tem coisa que pode ser corrigido até na presença dele. Se ele ver um mato queimado, uma barreira que não protege a sua roça. O perigo maior é se ele ver um vizinho usando agrotóxico, mata-mato, essas coisas. Daí ele já bota aquilo como uma correção. Aí tu tem que fazer o quê? uma barreira para proteger a sua roça (Seu Dô, março de 2021).

Eu comecei pela Associação de Palmeiras, tenho essa OCS. Mas eu deixei porque achei eles enrolados. Eu preferi pagar e estou pra receber a certificação da ECOCERT que eu já estou credenciado. Então, desse povo aí tudinho, o mais investigado agora é o meu e de Dorgi. Porque já veio no meu sítio o engenheiro agrônomo e tudo mais (Seu Ma, março de 2021).

Os agricultores entrevistados demonstram ter mais confiança na auditoria privada por contarem com uma equipe de técnicos. Os produtos com selo participativo de garantia SPG não foram encontrados nos dias de campo na feira de orgânicos do CEASA-PE.

Integrando a Associação Biodinâmica (ABD), uma das entrevistadas pratica a comercialização de produtos de outros agricultores que detêm certificação. Ela explica inicialmente que seu produto se distingue dos demais, pois é oriundo do sistema biodinâmico, que se destaca do orgânico pelas seguintes características:

A agricultura biodinâmica não trabalha com adubo animal, não trabalha com sementes que não sejam crioulas, já na agricultura orgânica o pessoal usa semente tratada e usa adubo animal com procedência que às vezes ninguém sabe. Tem muita diferença entre os produtos, o produto biodinâmico fica fora de geladeira, essa batata já está há um mês fora da geladeira. Essa cebola já vai completar 15 dias fora da geladeira, mas passa 90 dias fora da geladeira (Dona Sô, março de 2021).

A intermediação que esta feirante faz desses produtos não configura um atravessamento convencional, uma vez que ela integra uma rede onde os membros distribuem habitualmente os seus produtos.

A gente passou quase três anos estudando em Botucatu com a ABD - Associação Biodinâmica. A gente tem a certificação de agricultura biodinâmica porque somos membros da Associação de agricultores Biodinâmicos ABD e fazemos parte do Instituto Brasil Orgânico também. A gente só trabalha com produtos certificados, com rastreabilidade, com tudo (Dona Sô, março de 2021).

Por fim, outra forma de controle da qualidade está relacionada ao uso das caixas 6424, que permite um transporte adequado dos produtos. Assim, como os agricultores da CECAF, os agricultores orgânicos também receberam gratuitamente as caixas do CEASA-PE, em 2009.

FOTO 5.4 - Uso de caixas 6424 na Feira de Orgânicos do CEASA-PE



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021).

Então, a incorporação destas embalagens pelos agricultores foi compulsória, da mesma forma que entre os demais permissionários do CEASA-PE. Sendo assim, um dos feirantes está atento ao fato de que se trata de uma normativa e não de uma opção:

“Eu não posso trazer a mercadoria como eu quiser, tenho a obrigação de trazer nas caixas. Se a gente produzisse pra 20 caixas, a gente receberia 20 caixas” (Seu Ci) .

Embora seja um dispositivo formal de controle de qualidade, os entrevistados relacionaram o uso das caixas ao benefício de evitar furtos. As caixas sortidas geram disputa entre os feirantes, em torno daquelas com material mais resistente, sendo alvo de furtos: “Antes existia muita confusão, aqui era menos, mas lá dentro era muito roubo de caixa. Aí o CEASA padronizou esse tipo de caixa e aí se acabou a confusão de um levar a caixa do outro” (Seu Ga).

A substituição de caixas irregulares por caixas padronizadas reduz a distinção entre elas, o que conseqüentemente, evita que alguns modelos sejam mais suscetíveis a extravios. O descompromisso em padronizar as embalagens não acarreta em penalidade, mas, mesmo assim, os agricultores se esforçam em cumpri-los, como uma obrigação.

5.5 Impactos da pandemia da COVID-19 para agricultores da Feira de Orgânicos

A circunstância inicial da pesquisa empírica no Reciflor envolvia os agricultores mantendo distanciamento entre eles, em cumprimento das medidas de isolamento social e, por conseguinte, o uso de máscaras (na sua maioria, modelos artesanais de tecido) e álcool 70% (FOTO 5.5). Isso não quer dizer que o uso estava sendo regular, pelo contrário, foi possível observar alguns agricultores com máscara no queixo, “saindo da rota”, nas palavras de Seu Ga:

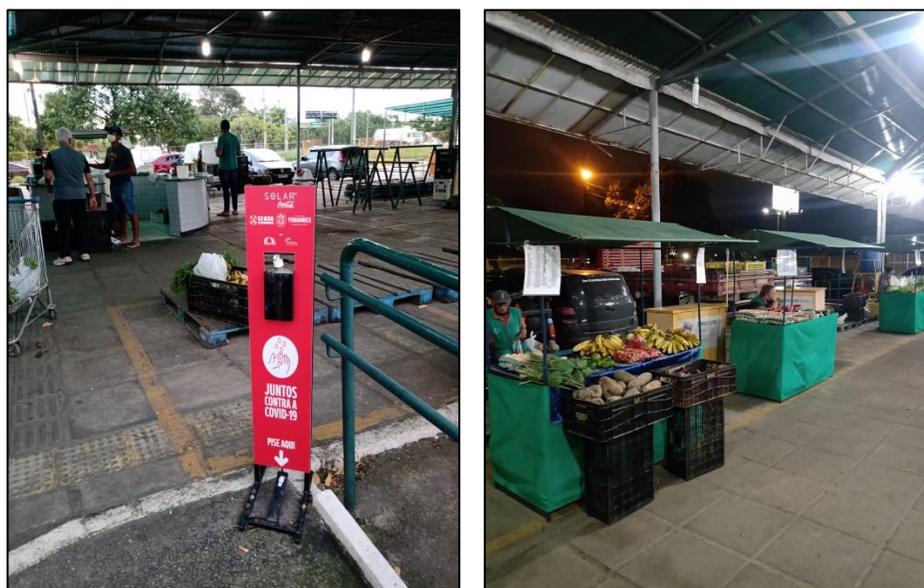
O CEASA cobra de a gente colocar máscara. Chama direto aqui a atenção da gente, mas a gente é que somos teimosos. Eles ficam no pé da gente pra colocar a máscara, sempre compram pra ter aqui, mas a gente esquece e sai da rota.

Nesse contexto, o que mais chamou a atenção foi à reconfiguração das barracas com espaçamento intercalado entre elas: uma ocupada e uma vazia, e assim, sucessivamente, “desde que começou a pandemia eu fico aqui direto com máscara e

álcool em gel. Mas olha onde eu tô, eu era ali bem pertinho de Elza, hoje tô aqui nessa lonjura” (Dona Ni).

Para os consumidores, o DETEC distribuía máscaras descartáveis, o que ratifica a seguinte fala sobre haver essas máscaras à disposição, além de álcool em gel. A vacinação ainda não era uma realidade em curso nesse momento. Então, as restrições estavam diretamente voltadas à presença de idosos, maior contingente de frequentadores desta feira segundo Alves et. al (2013). Isso ocasionou um impacto nas vendas com essa ausência dos clientes idosos, ao ponto de alguns perderem significativamente a clientela: “dez clientes que eu tinha, nove foram embora” (Dona Ni).

FOTO 5.5 - Compartilhamento de álcool em gel na entrada da Feira de orgânicos (esquerda). Distanciamento entre barracas, como medida de isolamento social (direita).



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio,

Seu Gu menciona que a queda foi de cerca de 40% na clientela, mas que as pessoas estavam corretas de ficarem em casa, pois “essa doença não é brincadeira não”. Nesse contexto, “essas pessoas mais idosas ficarem em casa, e os saudáveis manterem a economia” era a solução.

Nas palavras de outro feirante:

A feira ficou fraca porque 70% são clientes já de certa idade, aí com essa pandemia se resguardaram. E as pessoas não estão confiando muito bem nessa vacina porque se o vírus não tivesse tanta mutação até que dava pra acreditar um pouco, mas com a mutação desse vírus é meio complexo o negócio (Seu Nô, março de 2021).

Dessa forma, “faltou verba para girar o comércio e comprar umas coisas que a gente não tinha. Se a gente tirava aqui uns R\$500,00 caiu para uns R\$200,00” (Seu Gu).

Essa queda levou alguns agricultores a considerar que não há mais movimento na feira em comparação ao passado pregresso à pandemia, ou na expressão de Dona Ri “a pandemia lascou tudo”. Nesse contexto, “diminuiu os clientes idosos. Aqui batia 04h00min, 05h00min, era rojão para vender. Era gente demais. Hoje não tem mais gente pra negociar” (Seu Ci).

Vale destacar que parte dos feirantes também é idosa, portanto, fazia parte do grupo de risco para COVID-19 grave.⁴⁴ Como a entrevistada disse: “eu passei três meses sem vir pra feira porque meus meninos não queriam deixar porque sou idosa”. Para esses, a queda no movimento teve sua face positiva, relacionada à diminuição da possibilidade de contaminação destes em contato com outros feirantes ou clientes. Sentiram-se mais seguros ao passo em que a “feira não tumultuou” durante a pandemia” (Seu Nô).

Ainda, para os três agricultores (as), vinculados a outras feiras instaladas em órgãos públicos, a perda foi pior, pois esses espaços foram fechados e os funcionários/clientes passaram a trabalhar remotamente. Conforme essas feiras foram desinstaladas, o CEASA-PE foi crucial para que pudessem continuar obtendo uma renda oriunda da comercialização.

Para o caso dos clientes que se mantiveram na feira, foram estabelecidas algumas estratégias para a busca de compras antecipadamente encomendadas. Mas só foi possível porque aqueles feirantes que não trabalhavam com encomendas rapidamente se adaptaram, incluindo essas novas formas de realizar transações. Nesse contexto, a

⁴⁴ Os idosos brasileiros, sobretudo aqueles com menor escolaridade, compõem o grupo social com uma maior ocorrência de Covid-8 grave, isto é, com grande comprometimento do sistema respiratório (NUNES, et. al., 2020). Saber mais em: <https://scielosp.org/article/csp/2020.v36n12/e00129620/pt/>

entrega de cestas era descrita como forma de atrair o cliente: “Perdemos clientes, então para atrair estamos entregando” (Seu Do), ou como falta de opção levando o agricultor a não ter outra modalidade: “Chegou um momento que a gente ficou com 15% da clientela”. Ao que menciona Seu Nô: “aí até entregar na porta a gente tem que entregar”.

Também funcionou como uma estratégia de manter os clientes já consolidados, como afirma Dona Ni, que passou a se utilizar das encomendas apenas com a queda de clientes que “pedem as compras para entregar, só um cliente ou dois que encomenda e vem buscar aqui, pouquinho coisa”. Seja qual for o caso, as transformações estão na direção de incluir a comunicação virtual como uma modalidade de abordagem entre cliente e feirante: “Os clientes estão fazendo pedidos pelo zap. Antes da pandemia eles já pediam, mas pediam menos. Agora pede mais. A gente faz umas 15 feirinhas” (Seu Gu, março de 2021)

Também foi o caso do Seu Ga, que antes não trabalhava com encomendas, mas passou a “fazer caixinha e entregar, umas 30, 40 feiras”. Três entrevistados citaram ainda que após o fechamento da feira, passaram a entregar as encomendas na casa dos clientes mais próximos ao CEASA-PE. Já para a Dona Sô essa mudança na forma de transacionar suas mercadorias foi radical:

Antes os clientes eram todos presenciais, com a pandemia desde o ano passado a gente criou o sistema de entregas. Hoje o nosso trabalho está voltado para entrega porque até agora 80% dos nossos clientes são idosos, não frequentam mais pra nenhuma feira. Eles recebem tudo em casa.

Merece destaque os agricultores que trabalhavam com a sua mercadoria circulando em outros mercados. Para esses não houve um impacto negativo, ao passo em que esses mercados foram considerados serviços essenciais, mantendo o varejo em funcionamento. Os compradores, conseqüentemente, se mantiveram requisitando as mercadorias para abastecer o negócio. Para Seu Ma, alguns clientes já pediam entregas e ele tinha o costume de colocar mercadorias para outros feirantes em sua bancada, de forma que o auxílio a outros que não podiam comparecer às feiras não mudava muito sua rotina: “eu sempre colocava mercadoria já pros outros feirantes daqui”. Enquanto para seu Ra “Diminuiu o pessoal. Quem me mantém são os outros feirantes de orgânico que compram de mim”.

Em todo o caso, o esquema realizado era o mesmo anteriormente à pandemia: os clientes faziam a encomenda dos produtos até a terça-feira, um dia antes das entregas. A mudança está na forma como passou a ser efetuada a busca dessas compras. Nem sempre os clientes iam até a feira para buscar suas compras. Assim, os feirantes necessitam incluir na sua rotina a entrega das mercadorias nas residências. Quando o cliente não busca os produtos, requer a entrega por parte dos (as) agricultores (as) ou a inclusão de terceiros. Seja qual for, a nova modalidade gerou um custo adicional aos feirantes. Então, “tem que ter a logística, pelo menos uma moto pra fazer entrega, a gente faz por necessidade, mas tem que ver o custo, o mais longe que eu fui, até agora foi 2 a 3 quilômetros” (Seu Gu).

O pagamento de entregadores foi crucial, sobretudo, para dois agricultores que utilizavam transporte de grande porte (caminhonetes). Nesse contexto, o veículo de carga gera “dificuldade, porque o caminhão é grande, então fica difícil estacionar na rua”. O pagamento do motociclista foi uma estratégia instrumental que isentou o produtor de lidar com a logística urbana de Recife. Isso quer dizer que o custo de um motociclista não está diretamente relacionado à impossibilidade do agricultor em realizar o serviço, mas evita-o lidar com uma logística complicada para chegar a destinos por vias e ruas pelas quais eles não costumam transitar.

Vale destacar que, de outra forma, uma agricultora tinha a opção de entregar direto de sua casa sem passar pela feira, já que é moradora da Região Metropolitana do Recife. Nesse caso, sua presença na feira foi por escolha para não enfraquecer essa praça de mercado: “Depois da pandemia decidimos sair de todas as feiras e só ficar aqui no CEASA. Foi pela gratidão que a gente tem e porque aqui a gente expandiu, então ficamos para não enfraquecer a feira” (Dona Sô).

Para o caso dos clientes que realizavam a busca das mercadorias na feira, observou-se um esquema arquitetado para diminuir os riscos de contaminação com a COVID-19. Nesse contexto, algum cliente de um determinado agricultor parava seus automóveis no estacionamento do Reciflor, mas não desciam dos carros. De outra forma, esses consumidores apenas abriram o porta-malas, enquanto o feirante colocava os produtos no seu interior e ali mesmo recolhia o dinheiro já previamente depositado. Ao que detalha:

Tem cliente que chega e nem desce mais do carro. Tem dois clientes que chegam com tanto medo de estar perto da gente que eles pedem as coisas e ficam de longe. Têm uns quatro clientes desses. Eles destravam o carro, o dinheiro eles deixam na mala do carro e ali a gente deixa o troco para eles (Seu Gu, março de 2021).

No geral, esses novos arranjos foram impulsionados pelo uso de ferramentas digitais de comunicação, sendo o *WhatsApp* o mais comum. O esquema inclui o (a) agricultor(a) enviar uma foto (de uma folha de papel com a lista de produtos escritos) ou a lista digitalizada. O consumidor, por sua vez, digitava ou gravavam áudio elencando os alimentos escolhidos.

Eles encomendam pelo meu WhatsApp, eles passam o que vão querer, eu coloco no caderno e no outro dia vão buscar. Eles já enviam o que eles querem na lista, tudinho, aí só é a gente colocar nas compras deles (Dona Ni, março de 2021)

Apesar das modalidades de comunicação por texto ou áudio, alguns usam a ligação para falar direto com os produtores, dada a fidelização anteriormente construída: “*Como eu tenho agora esse negócio do zap e já tenho cliente fiel, eu vou ligar ou eles ligam. Eles ligam mais do que eu ligar, perguntando o que eu tenho pra trazer pra feira pra eles*” (Seu Ga).

Como observado por Fudemma, Tourne e Andrade, (2021), a formalização das contas virtuais e o conhecimento técnico é uma das exigências que desestimulam o ingresso de agricultores em plataformas de e-commerce. Por isso, a venda informal por *WhatsApp* é uma alternativa menos burocrática, que pode ser operada informal e individualmente e menos custosa, portanto, sendo a mais adotada pelos agricultores durante a pandemia.

Ao que complementa Gazolla e Rufino (2021 p. 304), seja pelo e-commerce ou *WhatsApp*, os agricultores devem apresentar habilidades em

[...] demonstrar sua reputação na produção de alimentos, entender de marketing e comunicar claramente as formas de qualificação alimentar, para que os consumidores sejam atraídos às plataformas e adquiram os alimentos, além de fidelizá-los.

Na mesma direção está Niederle, Schneider e Cassol (2021) avaliando que, apesar das variadas modalidades de venda por meio de redes virtuais seu uso devido

não foi universalizado entre o conjunto de agricultores familiares que protagonizam os mercados alimentares do país. Então, não podem ser considerados, até agora, como inclusivos.

Sobre essa questão, foi possível observar que o sucesso do uso do *Whatsapp* pelo agricultor e agricultora da Feira de Orgânicos do CEASA-PE dependia da habilidade com essa ferramenta e com certo nível de alfabetização por parte deles. Diante disso, nem todos puderam aproveitar a ferramenta, como é o caso do Seu Ci, para quem é necessário “*ter leitura*” para usar o aplicativo:

Quem tem WhatsApp é minha esposa, mas quem vem pra feira é só eu mesmo. Eu não tenho leitura pra vender pelo celular, pelo WhatsApp. Eu estudei a primeira série e fui criado somente na agricultura direta, meu pai não me botou pra aprender nada não. Aprendi só a trabalhar.

Apresentar habilidades ou recursos empregados é necessário para operar as plataformas, o que pode, segundo Favaretto (2021, p.10) converter os mercados digitais em um modelo de seletividade e não de inclusão. Nesse âmbito, o autor chama a atenção para os requisitos dos mercados digitais em torno das novas formas de interações e posicionamento no plano financeiro, logístico, do preço, da regularidade e da qualidade.

Ao que o autor avalia como um “encantamento um tanto ingênuo quanto às possibilidades que se abriam com o uso desta tecnologia”, haja vista que apenas 28 % dos estabelecimentos agropecuários contam com acesso à internet e no Nordeste, este número cai para 21 %. Nesse sentido, o autor chama a atenção para a importância em investigar as condições desiguais no acesso à internet e como o uso de plataformas digitais poderia beneficiar agricultores familiares, sinalizando o futuro da inclusão produtiva rural.

Ao serem indagados sobre a perspectiva de futuro diante das condições impostas pela pandemia da COVID -19, os agricultores sinalizaram, inicialmente, que a capacidade de segurança alimentar os coloca em situação de privilégio, quando se observa que “*na zona rural, as pessoas vão se alimentar*” (Seu Nô). Assim, estará de “alimento controlado”, em termos de ter uma boa fonte para acesso à alimentação em meio a uma possível crise alimentar, ou numa situação “agoniada por comida”.

Como aponta Seu Dô, em questão de alimentação, a produção que antes ia para as feiras ainda supre as necessidades da família. Segundo ele, quem realmente teve a alimentação afetada foram moradores urbanos.

Mesmo na quarentena, a gente tem o que comer, a gente não foi afetado até agora. Nós agricultores se fechar, vamos comer a produção. Quem mora na cidade foi mais prejudicado. A gente aqui do sítio, que tem como sobreviver, não estamos como o pessoal da rua, tão agoniado por comida.

Ainda assim, alguns agricultores apontam que nem tudo pode ser produzido dentro do sítio, de forma que a pandemia afeta, em outros níveis, o cotidiano:

Na alimentação da gente a pandemia não influencia porque pra gente não falta alimentação. Faltou a verba para comprar umas coisas que a gente não tinha. O alimento daqui já estava controlado, mas tem que comprar umas coisas que a gente não produz. Faltou dinheiro pra isso, por causa das vendas (Seu Gu, março de 2021).

Isso não quer dizer que os agricultores não reconhecem a crise, pelo contrário, as estratégias giram em torno de mitigar os gastos para poder sobreviver financeiramente durante a pandemia. No entanto, essa crise é de ordem econômica e não alimentar.

Pra poder me manter eu eliminei os gastos todinho. Tirei um rapaz que me ajudava no sítio. Tive que desligar a geladeira que era meu depósito das sementes que eu sempre estava renovando e deixava guardada na geladeira, que conserva um bom tempo sem produto químico. Aí fui eliminando uns gastos para me manter na feira junto de alguns clientes fiéis né. Mas só dá pra ir e voltar, se manter, somente (Seu Ga, março de 2021)

Assim, os feirantes se sentem capazes de ajudar a sociedade a enfrentar os dilemas alimentares em meio à pandemia. “A gente tem que manter os outros porque quem vive na rua, no escritório ou em outros cantos, precisa se alimentar. Se a gente não produzir, como é que eles vão viver? reflete Seu Ga. Nesse contexto, os agricultores estão conscientes do protagonismo junto aos clientes de “abastecer esse pessoal para ficar acobertado, com comida. Se eu tiver condição pra trabalhar pra cinco famílias vou vender e eles vão me abastecer de dinheiro” (Seu Nô).

Nesse sentido, os feirantes depositaram uma confiança no potencial produtivo da agricultura orgânica, sinalizando que “depois que acontece uma coisa dessas, o pessoal vai procurar o orgânico mais ainda” (Dona Ni). Para Seu No, as feiras orgânicas irão se

tornar imprescindíveis porque outros canais de distribuição, como os supermercados oferecem à população uma “alimentação que é uma bucha volumosa e não nutre ninguém”.

As falas demonstram uma lógica acertada diante da realidade brasileira, uma vez que em algumas regiões do país o cenário em relação ao funcionamento das feiras orgânicas estava positivo, haja vista que a maioria das feiras seguiu ativa, havendo até um aumento no movimento financeiro, em alguns casos (PREISS, SCHNEIDER, 2020; FUTEMMA, TOURNE, ANDRADE, 2021).

No que se refere à contaminação dos agricultores pela doença num momento em que a vacinação ainda não estava nos planos governamentais, nenhum entrevistado havia testado positivo para a COVID-19 ou sentido os sintomas durante a pesquisa. Foi atribuída a essa possibilidade o fato de que na zona rural as pessoas ficam menos aglomeradas. Como entende Dona Ni: “Com a pandemia lá no sítio a gente trabalha normal mesmo. Cada um trabalha no seu canto e pronto. E graças a Deus lá em casa ninguém adoeceu”.

Corroborando esse caso, a literatura aponta para a inexistência de relatos em feiras orgânicas pelo país de situações de contágio de COVID-19 entre os agricultores (PREISS, NAVARRO, WEBER, 2021). Mesmo na eventualidade de que nem todos os agricultores se aproveitam das oportunidades de trabalhar por outras vias no sistema agroalimentar, a manutenção dos canais de abastecimento protagonizados pela agricultura familiar foi benéfica para eles e para o abastecimento da população.

A diversidade de formas de escoar a produção por circuitos curtos possibilitou que boa parte dos agricultores familiares orgânicos abastece as cidades, levando ao entendimento de que a pandemia não afetou tanto esse setor, sobretudo, aqueles vinculados a movimentos sociais e cooperativos (FUTEMMA, TOURNE, ANDRADE, 2021).

Compreende-se, por fim, que os agricultores da Feira de Orgânicos apresentaram uma capacidade reflexiva de se entenderem como atores Centrais do campo da organização do abastecimento alimentar. A própria condição de produtos de alimentos saudáveis dá o tom do seu protagonismo. A animação social entre consumidores e produtores também foi o motor que permitiu que essas cadeias se transformassem e

expandissem em termos de modelos e técnicas em termos transacionais em meio à pandemia.

CAPÍTULO VI - COTIDIANO DOS AGRICULTORES E CONCEPÇÃO LOCAL DAS PRÁTICAS COMERCIAIS

6.1 O abastecimento da Central de Comercialização da Agricultura Familiar (CECAF)

Como já sinalizado anteriormente, o projeto de criação do CECAF estimulava a diversidade produtiva e a forma de comercialização de FLV em varejo, aproximando-o, deste modo, ao ambiente das feiras livres (APÊNDICE D). Entretanto, o padrão de divisão setorial instituído separou as folhosas dos legumes e das frutas, impedindo que a diversidade típica da agricultura familiar se fizesse presente em cada uma das pedras de comercialização.

Observamos que, em 2020, estava prevista uma setorização para os produtos comercializados na CECAF, conforme o projeto no qual os *agricultores comerciantes* se encontravam ocupando as mesmas “pedras”. A manutenção da oferta nos moldes da setorização possui duas facetas. A primeira é o atravessamento dos produtos que chegam compulsoriamente às CEASAS. A segunda, mais atrelada àquele agricultor comerciante conectado com a produção e que leva a escolha pela primeira, é a sazonalidade da produção e a impossibilidade de produção em alta escala.

A setorização divide opiniões entre os *agricultores comerciantes*. Para alguns, se revela como um método essencial para assentar a previsão de uma das mercadorias, organizando os cultivos e trazendo os clientes para um ponto convergente (MORAES, 2017). Também, para esses, estaria na possibilidade de promover uma competição justa, na medida em que estimula ao cliente percorrer todo o galpão, no intuito de adquirir a variedade de produtos desejada. Para outros, esse sistema possui um forte componente de engessamento. O maior obstáculo estaria na impossibilidade de fazer a transação de um conjunto dos itens comumente produzidos no âmbito da policultura típica da agricultura familiar.

De todo modo, a setorização levava-os a pulverizar seus produtos em distintos galpões. Cada item segue para seu setor específico, tornando complexa a logística de circulação de mercadorias, exigindo um esforço adicional dos produtores, que

precisavam escoar um conjunto heterogêneo de itens para diferentes localidades, o que também prejudica o rastreio.

Como aponta Schneider (2016), as normas formais podem ser modificadas por meio de lei, portarias, mas aquelas informais, ao estarem arraigados nos hábitos e na trajetória passada, têm o papel de moldar a experiência cotidiana. Por isso, uma nova norma pode não modificar, de imediato, as normas sociais e crenças existentes. Nesse sentido, algumas feiras espontâneas e temporárias fora dos galpões, são coibidas a não mais funcionarem pelo Regimento Interno, ainda que, na prática, não sejam passíveis de serem dissolvidas, devido à perpetuação deste hábito pela população.

Sendo parte da lógica econômica camponesa, a diversificação produtiva torna possível o destino de excedentes para aqueles agricultores que moram nas unidades produtivas, sobretudo, no período das chuvas de inverno. Ainda que exista a manutenção de uma produção regular para abastecer esses mercados, a sazonalidade é um requisito determinante para os produtores de FLV orientarem-se pelo tempo das colheitas. Essa característica do cultivo de FLV reverbera na manifestação de feiras temporárias ou sazonais, que muitas vezes se instalam ao redor ou no interior dos entrepostos.

Como exemplo, encontra-se a Feira do Coentro, que foi posteriormente transferida para a CECAF, o que faz jus a esta central ser localmente chamada de “Galpão do Coentro”. Com a mesma natureza sazonal, a Feira do Feijão Verde é organizada ao redor da CECAF por produtores de feijão e atravessadores, sendo ambos desvinculados dos permissionários da CECAF.

Situação semelhante é encontrada na Feira de Feijões do Centro Atacadista de Capoeiras-PE, no agreste meridional pernambucano, que movimenta compradores de todo o estado de Pernambuco (MORAES, BALENSIFER, PIRES, 2018). O tempo de duração deste tipo de feira é análogo ao tempo das safras dos alimentos comercializados. Nesse território, há uma concentração de pequenas propriedades rurais com agricultores familiares que desenvolvem o cultivo de feijão em regime de sequeiro, nos períodos de chuva, que está voltado para o consumo e abastecimento de Mercados Locais e regionais, influenciado por atravessadores (SILVA, SANTOS, ARAÚJO, 2021). Dada a essa identidade, esses mercados atacadistas tanto podem ser

enquadrados como mercados territoriais como Mercados Regionais (WILKINSON, 2008; MARQUES, CONTERATO, SCHNEIDER, 2016).

A prática comercial na CECAF pode ter estimulado a especialização como adequação às condições da grande distribuição, em detrimento da diversificação em pequena escala. A CECAF segue com o sistema de comercialização pelo qual os *agricultores comerciantes* não oferecem, junto do produto, informações precisas sobre a origem territorial às mercadorias repassadas, com exceção daqueles que têm participação direta ou indireta na produção.

Ter o *agricultor comerciante* posicionado no controle da negociação e abastecimento não é uma particularidade da larga escala deste sistema atacadista. O estudo sobre coordenação de um mercado de orgânicos em Florianópolis de Gelbcke, Silva e Rover (2021, p. 76) é ilustrativo no sentido de identificar que:

Os “agricultores comerciantes” não hesitam em alargar os circuitos para complementar a oferta, envolvendo frequentemente a entrada de novos agentes, e abrindo a possibilidade de um alinhamento à lógica dos sistemas agroalimentares convencionais, adquirindo produtos de locais mais distantes.

Carregando esse papel de dissipador e prolongador da escala de mercado, o *agricultor comerciante* é legitimado entre os mercados da agricultura familiar, até mesmo no caso do abastecimento que privilegia a rastreabilidade territorial da produção, como é o caso dos orgânicos.

No que se refere à ausência da rastreabilidade dos alimentos, característica própria das dinâmicas híbridas de distribuição dos produtos em larga escala, Maluf e Luz (2017) observam que esse é um dos problemas que complexifica o sistema de abastecimento alimentar nas Centrais brasileiras, dificultando a definição da sua procedência nestes comércios locais. Diante disso, os autores destacam a importância em aprofundar o conhecimento sobre os fatores determinantes da compra de alimentos por parte do sistema atacadista e verificar se a produção familiar local de alimentos é destacada, de alguma forma, nesse sistema.

Considera-se que as bases institucionais desses mercados necessitam contar, como sublinhado, com a dimensão qualitativamente existente na rotina dos espaços de comercialização, tendo a preocupação de promover os territórios de origem da

produção e conectá-los ao seu ponto de venda, agregando valor ao produto. A escolha pelo mercado atacadista por parte dos *agricultores comerciantes* está relacionada, inicialmente, à sua capacidade de gerar renda por meio da negociação, traduzida pelo desejo de autonomia do agricultor na cadeia produtiva (MORAES, 2017). Consiste, particularmente, em uma tradição passada de pai para filhos, como uma herança, facilitada, no caso do CEASA-PE, em 62 anos de existência de mercado de larga escala. Nesse ínterim, passaram por ela gerações de negociantes, submetidos às crescentes exigências dos mercados.

No caso específico da aptidão para negociar, esta vem associada à prática cotidiana do aprendizado pela busca de pontos chave de circulação de clientes que desenvolvem a comunicação entre fornecedores e consumidores. Entretanto, nem todos os *agricultores comerciantes* desenvolvem de igual modo, as habilidades que lhes garantam o domínio do conhecimento dos negócios, especialmente entre aqueles que se voltam mais à propriedade rural do que à comercialização.

A CECAF está destinada para transações de FLV em atacado (grosso) e em menor medida para transações em varejo (retalho). O atacado, quase sempre, é desenvolvido, de maneira exclusiva, pelos sujeitos mais capitalizados e está dirigido aos compradores do pequeno varejo (atores de outras feiras, quitandas, mercadinhos). Tanto no atacado como no varejo, o preço encontra-se em constante oscilação, na medida em que se encontra intimamente relacionada à lei da oferta e da demanda. Uma maior ou menor oferta de um dado produto também está relacionada à sazonalidade dos cultivos e a ocorrência ou não de chuvas nas regiões produtivas, contribuindo, igualmente, para a flutuação dos preços.

Mais do que isso, um conjunto de lógicas envolve julgamentos e normas informais que estão estritamente ligados à constante flutuação do volume de mercadoria. Nesse sentido, destaca-se que, para driblar o efeito surpresa da oscilação abrupta dos preços, os *agricultores comerciantes* dispõem das seguintes estratégias: observação de volumes, antecipação de informação e negociação de pagamento (MORAES, 2017).

A observação consiste em espreitar o volume da carroceria dos fornecedores vizinhos, o que dá uma percepção real da capacidade de oferta da concorrência. A antecipação da informação do preço à jusante consiste na realização de uma

comunicação, via celular, para um ator posicionado na zona produtiva, seja ele produtor ou não, com a função de relatar o volume em que o produto está no galpão. Essa prática permite um controle da chegada do produto ao galpão no momento mais fortuito para o agricultor comerciante, uma vez que se baseia em distribuir o alimento quando esse está valorizado no mercado.

Por fim, destaca-se a estratégia do pagamento realizado no ápice da concorrência, isto é, quando se paga ao fornecedor no momento em que o produto está com oferta em demasia no mercado, aumentando o poder de barganha dos *agricultores comerciantes*. São situações que permanecem presentes ao longo do tempo, corroborando pesquisas anteriores (MORAES, 2017). Assim, negociam-se os preços, a partir da possibilidade de não efetivar a quitação da mercadoria no ato da negociação com o fornecedor.

Essa estratégia se traduz num recurso capaz de prever a queda do preço em situações em que se constata o excesso do produto. Com efeito, a consulta prévia aos fornecedores sobre o volume de mercadorias a ser enviado ao local tende a evitar choques em relação à estratégia, pois impede a chegada de uma quantidade excessiva de uma dada variedade, permitindo a antecipação para formação do preço mais competitivo.

Essas estratégias evitam uma concorrência intensa que se forma no período da madrugada até o início da manhã, tornando esse o melhor horário para negociar com os fornecedores (comprar), mas não com os compradores (vender). Já no fim da manhã e no início da tarde, quando oferta e procura é mais escassa, os preços tornavam-se ainda mais reduzidos para os compradores.

Ainda, a *expertise* do *agricultor comerciante* impulsiona-o a agregar valor aos produtos com etapas de separação, higienização e embalagem. Lidar com itens que sobram ou “boiam”, na expressão local, faz parte do cotidiano daqueles que comercializam vegetais de alta perecibilidade, a exemplo do coentro e de outras folhosas. Em termos transacionais, essa condição favorece a criação de uma rede de atores que pratica o retalho, fazendo com que os pacotes de vegetais comprados em atacado sejam desmontados em pequenos molhos para a revenda no varejo.

No caso em questão, cria-se uma relação de atravessamento entre eles e uma

categoria de pequenos comerciantes itinerantes, localmente chamados de “sirís”, que geralmente se encontram em situação de grande vulnerabilidade social. Desse modo, a complexidade social da CECAF envolve um comércio de folhosas, cujo sucesso da negociação tanto depende da possibilidade de reduzir as chances de sobras, no caso do agricultor comerciante, como depende da existência dessas sobras para assegurar a atividade dos *sirís*.

Segundo Gelbcke, Silva e Rover (2021 p 75), a categoria de *agricultor comerciante* está posicionada em um campo de força social na qual a agricultura orgânica, preenchendo

[...] lacunas estruturais daqueles agricultores que não possuem mão de obra, transporte ou expertise para o comércio, mas também dos pequenos mercados, que não têm o mesmo poder de compra, nem a mesma infraestrutura do grande varejo.

Os requisitos para essa consolidação nos espaços comerciais não equivalem à noção de eficiência ou à “infraestrutura para se inserir nos circuitos de coordenação vertical”. De outra forma, correspondem a mecanismos de sociabilidade e coesão comunitários comumente praticados nas feiras livres e entre agricultores. Nesse contexto:

Os “agricultores comerciantes” adotam estratégias próprias para atender a demanda e ampliar o mercado, como a orientação no planejamento da produção dos agricultores fornecedores, e o fortalecimento dos vínculos de confiança, facilitados pela identidade, pela proximidade geográfica, e mesmo pelas relações de parentesco e vizinhança.

Outra característica identificada, tanto no estudo de Moraes (2017) quanto nas análises dos autores sublinhados é que, em todos os casos, essa categoria de agricultores comerciantes se firma mais como comerciantes do que produtores porque vêm a se concentrar paulatinamente na comercialização.

Visitas pontuais realizadas à CECAF em 2021, durante a pandemia, permitiram observar que alguns agricultores comerciantes tanto continuaram no mesmo setor como na mesma pedra, à semelhança do que foi observado em 2017. Isso pode indicar uma estabilidade desses agricultores nos espaços de comercialização. O que não implica em desconsiderar o fato de que cada contexto local, bem como as instituições sociais nas

quais os mercados estão imersos, vão determinar os valores locais e históricos dos atores que atuam na sua construção.

Além de habilidades, se faz necessário um capital financeiro para os *agricultores comerciantes* se estabelecerem nesse comércio. Possuir capital para arcar com investimento na produção, contratação de empregados, pagamento de transporte e com o pagamento do aluguel do piso do galpão são algumas das questões que movem os negócios (MORAES, 2017). Além disso, faz-se necessário arcar com possíveis prejuízos, como perda à montante, calote de compradores e, sobretudo, com as já comentadas sobras de mercadorias, que se perdem, sem chances de repasse.⁴⁵

O uso de transporte também facilita o abastecimento da pedra no galpão. Para aqueles que o possui, exige-se um pagamento prévio de uma taxa conhecida como “romaneio”, definida a partir do peso da carga, tipo e quantidade de mercadorias carregadas⁴⁶. No entanto, o pagamento dessa taxa não assegura uma vaga nas proximidades do galpão para o descarregamento do transporte. Essa incerteza foi motivo de insatisfação entre agricultores que, muitas vezes, ficam sem vaga, sendo atribuído a essa dificuldade a falta de apoio institucional para essa categoria (MORAES, 2017).

Essa taxa tende a variar entre R\$ 130,00 e R\$ 170,00 por carga, inviabilizando a utilização de transportes de pequeno porte. Por conta disso, constatou-se um grande esforço dos *agricultores comerciantes* no sentido de carregar esses caminhões com mercadorias de terceiros, nas comunidades rurais, durante o percurso até o galpão para completar a carga, minimizando os custos com o romaneio.

Especialmente para os agricultores desprovidos de recursos financeiros, a estrutura fornecida pelas associações e cooperativas, especialmente em termos da disponibilização de veículo a baixo custo, se reveste de particular importância para a sua inclusão no circuito comercial e, particularmente, para o abastecimento da CECAF. O caso da Cooperativa de Desenvolvimento da Agricultura Familiar do estado de Pernambuco – COOPEAFA foi ilustrativo nesse sentido. Essa cooperativa agrega 168

⁴⁵ O termo montante diz respeito à propriedade rural, ou, antes da “porteira” como colocada por Belik (2000). Jusante, por sua vez, refere-se à pós-colheita, aos processos de distribuição e comercialização.

⁴⁶ O romaneio é utilizado para anotação e registro da entrada mercadorias em documento que informa o volume das carrocerias dos caminhões que entram no CEASA-PE.

agricultores de oito municípios de Pernambuco, transportando as suas mercadorias para a comercialização no galpão.⁴⁷

Pesquisas apontam que o envolvimento de uma organização coletiva, como as cooperativas, cria o elo que permite aos agricultores familiares sustentarem um deslocamento de até 200 km para vender diretamente ao consumidor, engendrando, assim, circuitos curtos espacialmente estendidos (ROVER, DAROLT, 2021). Tal cenário reforça tantos outros casos empíricos que mostram a importância da cooperativa enquanto instrumento de potencialização da agricultura familiar, o que nos permite admitir que, se o cooperativismo fosse à gramática organizacional do galpão, como previa a configuração inicial da CECAF, minimizaria os riscos de exclusão em transações comerciais, tanto em mercados nacionais quanto em mercados de exportação. Tal como coloca Pires (2018, p.21):

As cooperativas não apontam apenas para a remuneração igualitária dos trabalhadores-donos das empresas cooperativas, mas também para a criação de formas de sociabilidade solidárias baseadas no trabalho colaborativo e na participação democrática na tomada de decisões sobre as empresas.

Assim, como admite essa autora, as cooperativas sinalizam para ganhos em termos de uma participação mais ativa nas decisões de interesse do grupo e de uma inserção mais competitiva nos mercados.

6.2 O abastecimento da Feira de Orgânicos do CEASA-PE

Na ocasião da pesquisa, os produtores orgânicos estavam envolvidos com a comercialização dos alimentos produzidos, em maior medida, por eles próprios (QUADRO 6.1). Durante o acompanhamento do funcionamento da feira, os produtos apresentaram algumas variações quanto à oferta, devido a uma maior ou menor intermediação de produtos entre os feirantes, como será discutido mais adiante.

⁴⁷ Segundo sistema de DAP do MDA, consultado em 07 de setembro de 2022, em *site* oficial do governo.
<http://smap14.mda.gov.br/extratodap/PesquisarDAP/Visualizar?Token=Y3BmPTE3MTM3OTQxMDAwMTc0Jm51bWVyb0RBUD0mdXN1YXJpbz0mY2hhdmU9JnRpcG89SnVyaWRpY2E=>

Tal como na CECAF, a oferta de FLV na feira é orientada pelo tempo das safras das propriedades rurais. No entanto, a diferença entre ambas estava no fato de que, na CECAF, os agricultores comerciantes estão subordinados à setorização, o que os leva a se restringir a uma pequena oferta de variedades de produtos compatíveis ao local onde está instalado. Assim, por exemplo, os *agricultores comerciantes* que estão instalados no corredor das folhosas não podem comercializar ali legumes e frutas, exigindo que se especializem na comercialização de coentro, cebolinha e alface.

QUADRO 6.1- Relação de alimentos orgânicos ofertados por agricultor e agricultora entrevistados (março e maio/ 2020)

Entrevistado (a)	Produtos
Dona Ni	Cenoura, rúcula, nabo, alface (lisa, roxa e americana), maxixe, quiabo, couve, jerimum, macaxeira, tomate cereja, banana (comprida e prata) cebolinha, hortelã, ovo caipira e melancia.
Seu Ci	Banana (comprida e prata limão (taiti), laranja cravo e macaxeira.
Seu Do	Couve folha, alho poró, cebolinha, banana (prata), limão e macaxeira
Seu No	Limão, macaxeira, banana, batata doce e carne bovina (sob encomenda)
Seu Gu	Manga, jaca, coco, abacate, mamão, laranja, milho, alface (lisa, roxa e americana), couve (manteiga e flor), brócolis, maxixe, cenoura, beterraba, macaxeira, cebolinha, coentro, rúcula, rabanete, alho-poró, salsinha, quiabo, chuchu, limão (taiti), acerola, berinjela, jerimum, ovo caipira e galinha (sob encomenda)
Seu Ga	Macaxeira, farinha de mandioca, banana (comprida e prata), feijão verde, feijão macassar, café e ovo caipira.
Dona Ri	Goma de mandioca, massa de mandioca, farinha de mandioca, beiju, macaxeira, polpa de fruta, batata doce, macaxeira, maxixe, alface (lisa, roxa e americana), coco seco, limão (taiti), laranja, banana (comprida, prata e maçã), graviola, acerola, pimenta, pimentão, tomate cereja, ovos, feijão seco, jaca e galinha (sob encomenda)
Dona Sô	Trigo, cúrcuma, alho, cacau, macarrão, chás, massas, repelentes, óleo de palma, creme dental, batata inglesa, cenoura e tomate italiano.
Seu Ma	Banana (comprida, prata e maçã), limão (taiti), laranja (cravo e comum), inhame, macaxeira e ovo caipira.
Dona Li	Macaxeira, inhame, batata doce, feijão, rúcula, fava, coentro, couve, cebolinha, berinjela, salsinha, massa de mandioca, goma de mandioca, coco seco, alface (lisa, roxa e americana), jaca, abacate, mamão, laranja, couve (manteiga e flor), brócolis, maxixe, cenoura, beterraba, rabanete, alho-poró, salsinha, quiabo, chuchu, limão (taiti), acerola, jerimum, ovo caipira, polpa de fruta e galinha (sob encomenda)
Seu Ra	Banana (comprida, prata e maçã), limão (taiti), laranja (cravo e comum), inhame, macaxeira e ovo caipira.

Fonte: quadro elaborado pela autora com base em entrevistas (2020)

No caso da Feira de Orgânicos do CEASA-PE, cujos produtos eram, em maior medida, oriundos da própria produção dos ofertantes, a diversificação produtiva não

garantia um equilíbrio de oferta, variando, a cada semana, em tipos e em quantidades, os produtos postos à venda.

A diversidade de alimentos da Feira de Orgânicos também está nos números apresentados na página oficial do Centro. Nesse âmbito, são ofertadas 15 toneladas por mês de 120 variedades de hortifrutigranjeiros (hortaliças frutos, raízes, frutas sazonais, ovos entre outros) e produtos beneficiados (grãos, condimentos e doces) gerando uma movimentação financeira de R\$ 30.000,00/mês)⁴⁸. Observa-se, nesse contexto, uma diversificação de alimentos que se distingue do conjunto de produtos restritos para a comercialização na CECAF, que, tal como já mencionado, segue uma setorização padrão do CEASA-PE.⁴⁹

Ainda que uma diversidade de lógicas de policultivo se faça presente no abastecimento das feiras de orgânicos do Brasil, as folhosas constituem o grupo de alimentos com maior oferta neste espaço. No caso da feira neste estudo, a rotina de trabalho rural se inicia nas propriedades dos agricultores. A primeira atividade é a escolha das lavouras em ponto de colheita. Para narrar essa prática, os entrevistados referiam-se a um conjunto de expressões relacionadas à sazonalidade da produção como: “colher”, “apanhar”, “tirar” e “coletar”. Tal como o agricultor explica abaixo, sua família começa “tirando laranja, banana, tirando uma batata, arrumando as caixas, ajeitando”.

De manhã, umas 06h00min, na terça, nós começamos organizando. Aí quando é 16h00min, 17h00min, a gente já tem terminado de fazer as coisas. Aí a gente vai descansar um pouco, tomar um cafezinho, aí quando dá 21h00min a gente parte do sítio para a feira (Seu Ci).

As tarefas no dia de feira são condizentes à variedade de vegetais colhidos nos dias anteriores. Todos os entrevistados narraram que a colheita, sobretudo das verduras e legumes, inicia-se antes do amanhecer e se estende até o fim da tarde, ao pôr do sol na terça-feira, tempo suficiente para manter o frescor dessas mercadorias.

O depósito dos alimentos em caixas transportadoras ocorre logo que colhidos e higienizados, ainda no dia da colheita. Essa técnica é essencial para as folhosas,

⁴⁸ Ver em <https://www.ceasape.org.br/programas/exibir/feira-de-organicos>

⁴⁹ A setorização do CEASA-PE, bem como a diversificação produtiva da feira de orgânicos está disponível no site oficial da empresa.

influindo positivamente no seu frescor. Logo em seguida, as caixas são acomodadas nas casas, garagens e galpões até o momento em que são postas no transporte.

A distinção entre os dias e horários pode ser ilustrada nas falas de Seu Gu e Dona Ni. Enquanto o primeiro afirma dormir às 20hrs e acordar à 1hr, saindo logo que o relógio bate 2hrs: “Me ajeito e quando dá 2h da manhã, eu estou saindo”. A seguinte afirma que a “terça é corrida, passo o dia todinho pra fazer os serviços de casa, apanhar as verduras. Eu acordo umas 06h, tomo logo o cafezinho, vou dar comida das galinhas, depois vou pra roça” (Dona Ni). A distância percorrida também influencia nesse movimento de organização para a feira: “De lá pra cá, são 65 km. Então tudo é colhido durante a tarde. Lavar e todo o processo de limpeza. Depois embalo nas caixas e à noite eu saio às 02h30min de casa” (Seu Do).

No caso dos alimentos menos perecíveis, a colheita é distribuída entre os dias anteriores à terça-feira, incorrendo em menos tarefas no dia das vendas, isto é, na quarta-feira: “Eu colho a maioria na terça à tarde. Aí eu levo pra casa de lavagem que a gente tem, a gente lava, bota na caixa e traz dia de hoje” (Seu No).

Existe, porém, um grupo de alimentos que não é negociado fresco na Feira de Orgânicos do CEASA-PE, dispensando, por conta disso, uma ocupação com colheita e beneficiamento na semana da feira. Foi o caso dos feijões secos, que se costuma estocar em bancos de sementes. A fala clarifica como os feijões oferecidos pelo seu Ga foram retirados do banco de sementes:

As sementes do ano passado eu planto esse ano, e todo ano é assim. Esse feijão deu uns 60 quilos. Como eu tirei seco, a gente vai e bate, ou bota num saco ou numa lona e fica passando por cima, aí só fica a palha, aí a gente peneira. Tudo artesanal mesmo.

O tempo empregado com o preparo das frutas variou entre um a três dias antes da feira, a depender de suas especificidades. Para aquelas que requerem que sejam tiradas do pé, a lida leva um dia todo. Para a coleta de frutas que caem no chão amadurecidas, o trabalho é feito progressivamente, no decorrer dos 3 dias, como é o caso do maracujá, como revelado pelo produtor “vai caindo e a gente vai apanhando” (Seu No).

Em todos os casos, a atividade também inclui a lavagem e o armazenamento. Para a colheita das raízes, especialmente, a macaxeira, aguarda-se o momento mais

próximo da feira, como forma de garantir a sua qualidade: “De tarde, arranco mandioca para tirar goma. Macaxeira tem que arrancar na hora. O cará pode passar 8 dias arrancado lá” (Dona Ri).

O preparo e a manufatura dos produtos em dias anteriores à feira é uma condição intrínseca à atividade dos feirantes, acarretando um acúmulo de serviço por parte daqueles que, além de produzirem, também comercializam nas feiras. No que se refere às embalagens, o período de preparo completo dos produtos para o mercado variou de acordo com o tipo de alimento:

Eu não embalo a banana, só vendo a granel porque a banana se embalar cai da palma. O limão eu trago solto na caixa e boto em cima do banco porque eu não sei o total do freguês, se ele quer 10,20, 50 ou quer um cento, né? (Seu Ci).

As bananas e limões, segundo Seu Gu, podem ser colhidos à tarde ou no dia anterior, bem como o mamão, maracujá e manga podem ser “tirados” até dois dias antes.

Banana a gente tira antes, limão, a gente pode colher à tarde ou um dia antes, ou de manhãzinha. As verduras são todas à tarde, porque de manhã fica um período muito longo. Os molhos e os pacotes a gente faz lá, na hora que está fazendo à tarde. Mas mamão, maracujá, manga é tirado uns dois dias antes. Ontem eu deixei pra tirar a tarde a jaca e o abacate, era pra ter tirado de manhã, mas deixei pra tirar a tarde quando chegaram os meninos, o trabalhador.

As verduras, por sua vez, são todas colhidas à tarde, para não ficarem expostas por muito tempo. Dona Ni afirma que apanha as verduras, embala-as em plástico e vai depositando sob a sombra de sua garagem, onde esperam até o momento de serem levadas para a feira, cerca de um dia: “Na terça, eu vou apanhando as verduras e já vou embalando no plástico, boto nas caixas lá na sombra, que tem na garagem lá. A gente tira o carro pra fora e a verdura passa o dia todinho lá, pronta”.

A fala abaixo retrata, com mais detalhe, como costuma ser executado esse trabalho rural orientado para o mercado, expressando também a diversidade em torno da complexidade operacional de cada tipo de colheita:

Fruta, maracujá a gente pode passar uns 3 dias. O pimentão, o limão a gente empacota lá. O ovo a gente vai todo dia apanhando e guardando em casa. O beiju, a farinha e esse milho, vou moer no moinho e fica até 8 dias. Aí a gente vai pegando isso aqui que é plantado da roça. Amanhã é bolo, é pé de moleque e tudo pra aprontar pra sexta. Quando eu chegar já tem o menino em casa já plantando (Dona Ri).

O tempo de duração da atividade geralmente está relacionado ao período da manhã, embora, muitas vezes, se prolongue até mais tarde: “quando terminou eram umas 14 e pouca, foi o tempo curto, entrou pela noite” (Seu Gu). Essas falas indicam que eles são conhecedores de um tempo social, que envolve a chegada e partida dos atores sociais com quem compartilham a rotina de trabalho na lavoura e na feira.

Pires (2018, p. 25) tem chamado a atenção sobre o tempo natural e tempo social dos agricultores, muito arquitetado com o ciclo da natureza, intrínseca às propriedades rurais, mas que muito se distingue dos ciclos artificiais criados pelo tempo do mercado e da industrialização, que pressionam os territórios e a agricultura pela lógica mercadológica da especialização produtiva, levando a um encurtamento dos processos.

Em se tratando da agricultura, reconhece-se que há um tempo físico ou natural que impõe limites às ações. Entretanto, reconhece-se também que esse tempo físico não está livre da ação humana, via tecnologia, capaz de alterar os seus ciclos, submetendo-o a produção fora dos seus tempos convencionais.

Nesse processo de dinamização dos processos produtivos em atendimento dos mercados, a autora chama a atenção para o crescimento das exigências relacionadas à circulação de mercadorias, ainda como observa: “permaneçam perenes no tempo as lutas dos produtores em acertar na escolha da variedade, no tempo de plantar, no tempo de colher, no tempo de vender e nos mercados a conquistar” (PIRES, 2018, p.28).

Assim, participar e permanecer no mercado são desafios que aparecem aos agricultores, nos termos analisados por Cavalcanti (2004, p. 29) em relação a:

[...] limites e preferências definidas na maior parte pelos intermediários entre produção e consumo, mas também pelas políticas e projetos de desenvolvimento para os países do Sul. Esses aspectos estão imbricados nas relações global-local e repercutem na [...] necessidade de estar presente nos mercados quando outros não têm condições para isto, de produzir a preços e custos menores, de garantir uma qualidade.

O que leva o agricultor a transformar a propriedade rural com o propósito de “induzir ou a atrasar o amadurecimento dos produtos quando há brechas ou uma retratação nos mercados (...), fazendo com que as condições da produção e de apropriação são ajustadas aos ritmos dos mercados” (Idem).

Acelerar processos produtivos culmina naquilo que Aubin e Cavalcanti (2022 p. 65) chamam de “dessacralização” dos mitos, ritos, proibições e obrigações em relação ao tempo natural da natureza. Ao transgredir os limites do tempo, ocorre, dessa forma, uma perda de legitimidade e eficácia do que compõe a cosmovisão camponesa e se cria condições “que possibilitam considerar o solo como base inerte e os produtos da terra como simples bens úteis”.

Outros alimentos requerem uma dinâmica que tem suas particularidades, como é o caso dos produtos de origem animal. Apenas cinco entrevistados trabalham com esse tipo de produto sendo com criação de galinha caipira e um com bovino e caprino. A comercialização de galinha e ovos requer procedimentos semelhantes em todos os casos: abate, seguida do escaldamento do animal em água fervente para retirada das penas e, por fim, o refrigeração da carne. Já os ovos, envolvem a coleta e o seu armazenamento diário, chegando a ser oferecidos em centenas, como é o caso de três entrevistados.

Os ovos podem ser comercializados em até 21 dias após a coleta. Como explica o Seu Ga: “Os ovos eu venho colhendo durante a semana. Ele dá para 21 dias. Hoje eu trouxe 10 bandejas de 30, que dão 300 ovos”. Ao que adiciona Dona Ri, “O ovo a gente vai todo dia apanhando e guardando em casa”.

Na seguinte fala, a feirante apresenta uma concepção de que os alimentos de origem animal envolvem uma lógica operacional mais específica e complexa, quando comparadas ao preparo das FLV: “A terça começa bem de manhã. A primeira coisa é pegar as galinhas, eu trouxe nove, que a gente abate logo de manhã, tiro as penas na panela fervendo e boto no freezer. Bode, do mesmo jeito, vai no freezer”.

E que, diferentemente dos produtos de origem vegetal, os produtos de origem animal envolvem uma divisão sexual do trabalho na sua preparação, sendo essas tarefas realizadas mais entre as mulheres do que entre os homens, enquanto estes últimos se encontram à frente do abate dos animais de grande e médio porte. Nesse sentido, destaca-se a assertiva de Butto, et. al., (2022) sobre os agrossistemas para criação de pequenos animais ficarem a cargo das mulheres e a criação de animais de grande porte, como o gado, sob a responsabilidade dos homens.

Uma vasta literatura identifica que as mulheres têm se ocupado, historicamente, com as atividades agrícolas próximas a casa, como a criação de galinhas, produção de ovos, abatimento das galinhas e beneficiamento de frutas. Essa mesma literatura tem chamado atenção para o fato de que esse trabalho não é considerado como uma fonte de renda direta. No entanto, como destaca Freitas et. al., (2022 p. 255), a renda do homem “depende diretamente deste trabalho não remunerado, o trabalho cotidiano, social e reprodutivo das mulheres”.

Vale mencionar que a análise de Heredia (1979) já destacava a identificação da relação entre mulheres, criação e beneficiamento de galinhas dentro da racionalidade típica da economia familiar camponesa. Assim, observa-se que o ofício da mulher rural fica muito atrelado a casa e ao seu entorno. É no quintal, onde costuma realizar os pequenos cultivos para consumo, o beneficiamento dos alimentos e o trato dos animais, especialmente aqueles de pequeno porte destinados ao consumo direto da família. Mais do que um produto de mercado, a carne é um alimento destinado à família, ligado ao papel do cuidado feminino na reprodução familiar. Ainda como admite essa autora, as relações de gênero e geração criaram uma dualidade entre o roçado do homem em oposição ao roçadinho da mulher ao redor da casa.

Alguns dos integrantes das suas barracas são produzidos pela vizinhança, desde que estejam certos da sua conformidade orgânica. É o caso de Dona Ni, que acerta com o seu parente, que leva seus produtos até ela às terças-feiras, normalmente couve e hortelã, com valores acertados no pagamento após a feira: “*Na terça-feira, ele vai e tira o produto dele pra mim. Às vezes é couve, às vezes é hortelã. Quando eu levo, quando eu chego lá no sítio, eu acerto com ele*”. Exemplo de outro tipo de rede entre produtor e agricultor feirante é o de Dona Sô:

Eu levo o meu e daquelas pessoas que fez também o mesmo curso que eu fiz, no Corredor da farinha, mas ele não leva pro CEASA-PE. Aí eu levo uma caixa, um balaio, o que for de coisa que eles produzem pouco, aí eu levo.

Como salientando, essa estratégia permite com que os produtores que não possuem escala de produção suficiente possam se inserir nos canais de distribuição por meio de seus vizinhos. Permite também a ampliação do leque de ofertas daqueles que comercializam nas feiras, repercutindo positivamente em ambas as situações.

Quando finalizada essa etapa, inicia-se o momento de acomodação nos veículos de carga para a partida à feira. Em torno de uma hora da madrugada do dia da feira, os feirantes já começam a se envolver com os últimos preparativos antes da partida, como relatado:

À tarde já organizo a mercadoria no carro e, de madrugada, é bem mais fácil pra eu ir embora. Aí quando me acordo, boto logo o cumê pros bichos, uma coisa e outra, me ajeito, saio de duas horas. Quando chego aqui no CEASA-PE, a banca já está arrumada, aí é só simplesmente organizar os produtos da forma que a gente sabe (Seu Gu).

Para a maioria dos entrevistados, o período de descanso na véspera da feira é muito reduzido, quando não é inteiramente inviabilizado. Apenas dois entrevistados informaram que dormem oito horas antes do seu deslocamento. Foi comum escutar: “Só volto a dormir um soninho na quarta lá pelas 16h00min”, afirma Seu Ci ou, como nas palavras de Seu Ra: “Eu não durmo na terça, venho direto e tô acordado até agora e olhe que, de lá pra cá, dá 90 quilômetros”.

Após a completa arrumação das mercadorias e do carregamento das carrocerias, os feirantes costumam descansar antes de partirem para Recife. A locomoção até o Reciflor é realizada por meio de automóveis particulares (três entrevistados), e de vizinhos (dois entrevistados), mediante rateio do combustível. Como aponta Seu No, caso precisasse arcar sozinho com todos os gastos da locomoção, incluindo o veículo, não teria condições: “Se fosse pra pagar tudo eu não vinha”. Para outros, o transporte é pessoal ou de conhecidos, trazendo à tona a importância da comunidade para estruturar a locomoção dos agricultores e itens produzidos pelos mesmos, como demonstra Seu Ga: “Esse carro com que tô vindo é de um colega meu. A caminhonete é à gasolina e gás e é o meu braço direito, vamos assim dizer”.

Para outros, como é o caso de cinco feirantes, este traslado é viabilizado graças ao transporte cedido pela associação de agricultores (FOTO 6.1).

Outros, como Seu Ma, também vêm no caminhão de Chã Grande, saindo de assentamentos como o Cícero Gomes. A acomodação no caminhão com carreta-baú, não é das mais adequadas, como mencionado nas entrevistas: “A gente vem dentro da carroceria. Bota umas tábuas dentro e uns colchões dentro. Vem 3 na cabine e 3 em cima” (Seu Ci). Apesar das dificuldades, sem esse transporte, o deslocamento de

aproximadamente 200 quilômetros inviabilizaria o escoamento da produção desses feirantes.

A ocupação do galpão da Reciflor ocorre por volta das 2h00min, horário de abertura do galpão e início da montagem das bancadas e se estende até as 06h00min, no pico do movimento de clientes. Para dois entrevistados, porém, não haveria necessidade de chegar tão cedo, considerando que o movimento só começa a aumentar a partir das 5h30min: “chego aqui no auge na feira, entre 5h30min e 6h00min e, enquanto os clientes vão chegando, eu exponho alguma coisa” (Dona Sô).

FOTO 6.1 - Transporte utilizado de forma coletiva



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

Tal estratégia permite mais liberdade para os agricultores, que podem subir ou descer do transporte em qualquer parte do itinerário até a feira, como demonstra a fala a seguir:

De lá pra cá dá uns 200 quilômetros. Eu venho nessa Mercedes que me pega no caminho. Ele vai me buscar em casa, no sítio Corerma. Amaraji. É perto de Chã Grande, é parede com parede, então ele pega um, aí depois vem pegar eu lá no sítio, pega seu mais dois (Seu Ci).

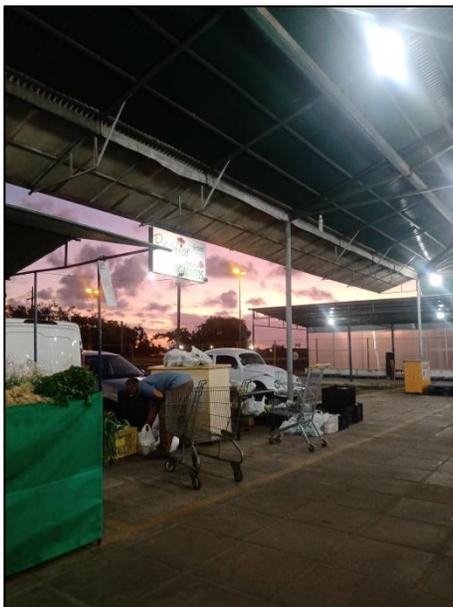
Ou ainda, como admite outro entrevistado,

O pessoal chega cedo, mas eu chego 4h30min, 5h00min, eu não tenho pressa pra gente chegar não. A feira está fraca mesmo, então não importa a hora de chegar porque 6h que é a hora que dá gente (Seu Nô, março de 2021).

A escolha pela chegada mais tarde também está relacionada aos feirantes que lidam com encomendas dos clientes, requerendo um maior tempo dedicado ao preparo das encomendas e uma dinâmica distinta da venda por exposição.

No que se refere às mercadorias encomendadas, um conjunto sortido de produtos era acomodado em outros equipamentos (caixas) durante o funcionamento da feira. Cinco entrevistados separavam esses alimentos, simultaneamente a lida com a bancada, enquanto três as traziam separadas desde a propriedade rural. Os demais (6 entrevistados) se encontravam em aguardar e atender a clientela visitante.

FOTO 6.2 - Início da feira na madrugada na Feira de Orgânicos.



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

O processo de montagem e de desmontagem das barracas por parte do DETEC envolve um pagamento de 11 reais por barraca (FOTO 6.3). São gratuitos, o uso dos sanitários, do estacionamento, de uma sala de apoio utilizada para guardar os alicerces

das barracas de feira e de um conjunto de equipamento disponibilizado pelo CEASA-PE, como balanças eletrônicas, bebedouro e 11 carrinhos de compras.

Com as barracas montadas e o café tomado por volta das 6h00min (para alguns, enquanto outros deixam para tomar mais tarde), os feirantes passam a organizar a exposição dos produtos nas bancadas. A arrumação das mercadorias fica a critério de cada agricultor, sem reproduzir um padrão, diferentemente do que acontece na setorização da CECAF. Na maior parte dos casos, as bancadas expressam uma maior ou menor diversificação produtiva de cada feirante.

FOTO 6.3 - Fechamento da Feira de Orgânicos com desmontagem das barracas na madrugada



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

A variedade de produtos e a sua maneira de exposição seguiam, via de regra, formas distintas, a depender variedade e da quantidade dos produtos ofertados pelos agricultores que, com já sublinhado, uma parte depende da sazonalidade dos produtos é o caso de quem trabalha com as frutas porque “fruta não tem fora de época não”.

O “orgânico só tem fruta por época”, relata Seu Ci. Já Dona Ri explica que “agora por diante, feijão, fava, milho verde, vai tudo acontecer, ter na feira, mas agora eu não

tenho e nem vou procurar fora pra trazer. A gente tem que colher, plantar a gente mesmo”.

FOTO 6.4 - Formas de arrumação da diversidade de produtos nas bancadas na Feira de Orgânicos



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

Esse estreitamento do leque de oferta foi justificado pelo fato de que a venda, a partir da própria produção, assegura maior controle da qualidade orgânica. Para ampliar a oferta seria necessário o atravessamento de outros produtores, o que por sua vez, é considerada uma ação de risco, na medida em que pode contaminar a produção. Como alerta Seu Do: “Precisa conhecer a produção. Hoje eu só pego de fora morango quando tem do meu amigo de Brejo, Ele vem de lá pra cá trazer o morango dele pra não se perder na roça, daí eu vendo um pouco”.

Observa-se que os agricultores também se utilizam do exame dos produtos ofertados pelas outras barracas como estratégia para expandir suas vendas. Isso quer dizer que eles passeavam pelo galpão observando as bancadas alheias e, a partir daí, são selecionados os itens para compor o mix de ofertas na bancada, considerando aquilo que foi visto entre os demais feirantes.

Quatro feirantes argumentaram que essa estratégia permite oferecer alimentos encontrados em menor quantidade, ou em falta, entre os outros (carne, feijão, café,

melancia) e ao mesmo tempo, eliminar do seu mix de produtos algumas mercadorias massivamente encontradas na feira. Nesse processo, as folhosas foram citadas como a mercadoria menos interessante para oferecer, pois correspondem aos produtos vistos em demasia nas bancadas: “A folhosa é raro eu trabalhar porque eu vejo que todo mundo tem. Não compensa. Então eu trago inhame, beterraba, macaxeira, outras coisas” (Seu Ga). Outros agricultores narraram que se utilizam da estratégia de depositar poucos produtos na bancada considerando que uma oferta em menor volume atrai os clientes que relacionam a qualidade orgânica à sazonalidade dos produtos.

Predominam, entretanto, aqueles que praticam a complementação da feira com a produção de terceiros, como familiares e vizinhos, viabilizando a presença dos agricultores no galpão e ampliando os produtos em oferta. Essa configuração foi observada entre seis feirantes da amostra, como no caso de Seu Nô: “Pra mim, essa feira vale porque tem um produtor de Chã Grande com quem eu faço um complemento. Se fosse pela renda do que eu vendo aqui com a minha horta eu não vinha não”.

Para todos esses, a sua produção não conseguia atender a diversificação necessária, exigindo que aderissem ao sistema de permuta e complementação. A complementação geralmente acontece no começo do funcionamento da feira, podendo ser motivada também por demanda de um cliente, como explicado por uma das nossas informantes: “Os produtos que a gente não produz para vender são as folhagens. Cará, inhame, banana e ovos eu pego aqui dos colegas” (Dona Sô).

Um caso muito particular foi encontrado durante a pesquisa: a de uma agricultora que ofertava um único item - uma melancia. Quando questionada sobre a exclusividade do produto, a feirante informou que se tratava da produção de outra agricultora cadastrada pelo DETEC, e que estava trabalhando como cozinheira da lanchonete no dia da feira.

Diferentemente, três entrevistados demonstraram optar pela especialização produtiva apresentando uma menor variedade comparada aos demais, mas se destacavam pela presença de selo orgânico em um de seus produtos. A redução de itens ofertados justifica-se pela legislação da produção orgânica vigente no Brasil, que libera a cada solicitação, a comercialização por determinados “escopo”, isto é, uma lista

de produtos limitada por tipos semelhantes⁵⁰. Destacava-se, assim, o alho-poró e a couve-manteiga com selo Ecocert de um produtor, banana da Ecocert de outro e cenoura, tomate, batata inglesa e produtos beneficiados de outros estados com selo IBD, ofertados pela terceira produtora.

Os equipamentos mais utilizados como embalagens foram as caixas 6424 padrão do CEASA-PE, ainda que outros modelos, a exemplo de caixas de madeira, também estivessem presentes. As caixas padrão mostraram garantir a sobrevivência do frescor das FLV em momentos posteriores ao fechamento da feira, especialmente para aqueles feirantes que permaneciam comercializando os seus produtos em outros pontos.

Pela natureza de sua formatação, não foi possível a constatação exata da quantidade de produtos levados à feira, por cada entrevistado. Mas, algumas quantidades informadas convergem em torno dos seguintes números: ovos (aproximadamente 300 por entrevistado); banana (10 caixas, por entrevistado); limão (6 dúzias por entrevistado); berinjela (6 unidades por entrevistado). Já as folhosas foram agrupadas em torno de (15 pés por entrevistado).

A fala seguinte de Seu Ga ilustra a maneira como elencam os alimentos levados em um dia de feira:

Cenoura tinha, eu trouxe dez molhos e rabanete, beterraba dois a três molhos, melancia uma (unidade), feijão sessenta quilos, pimentão dois a três (quilos), farinha entre cinco e dez pacotes (500 gramas), café dez pacotes (500 gramas), cenoura entre três e dez (molhos). Banana muitas em caixa, inhame, laranja, maracujá e limão também.

Considerando esses dados, pode-se afirmar que os alimentos ofertados em maior volume foram a banana e os ovos e o ofertado em menor quantidade foi o alho-poró, citado somente por um produtor com certificação. Com a exceção dos ovos, os produtos de origem animal não estavam expostos, dada a necessidade de mantê-los refrigerados. Esse tipo de venda estava geralmente direcionado para atender encomendas: *“a carne de boi, quando abato um animal lá, ele abastece a casa. Eu trago o excedente e tem cliente certo que compra. Por isso eu trago. Carne não se põe aqui não”* (Seu Nô).

⁵⁰ De acordo com a lei 6.323, escopo é todo grupo ou tipo de produto definido pela regulamentação em vigor, que será objeto da avaliação da conformidade orgânica enquadrados como “produção primária animal, produção primária vegetal, extrativismo, processamento de produtos de origem animal, processamento de produtos de origem vegetal” (BRASIL, 2007 p. 7),

Esse esquema foi verificado em três dias de feira, com entrega de carne bovina deste produtor para um determinado cliente:

Ninguém me deixa na mão não. Essa pessoa está vindo de Carpina pra pegar essa carne. Quem consome uma vez, não quer deixar de consumir, porque a gente tem cuidado com o animal, então a carne é outro sabor. Não é só a de boi, como a de carneiro e de porco.

A exclusividade de oferta de carne bovina por este produtor diante dos demais que oferecem galinha pode estar relacionada à divisão sexual do trabalho presente nos agrossistemas da agricultura familiar, já destacada por Butto, et. al., (2022).

6.3 Expertise em torno da negociação de orgânicos

Via de regra, as encomendas acontecem de duas formas: por telefone e online. Quando efetuadas por telefone, os entrevistados se referem às ligações efetuadas por celular: “Os clientes ficam ligando lá pra casa” (Dona Ri) para compor o que habitualmente chamam de “entregas”, “cestas”, “encomendas”, “pedidos” ou “caixinhas”. Nesses casos, o cliente consulta o agricultor sobre a variedade de alimentos a ser levada à feira naquela semana, combinando os produtos que seriam previamente separados. Esses contatos também se dão habitualmente por mensagens pelo *WhatsApp*.

Nesse cenário, oito entrevistados trabalham com vendas sob encomendas. Vale destacar o caso de três agricultores que direcionaram as encomendas para varejistas, enquanto os demais entregavam para consumidores domésticos. Embora não muito incentivada para consumidores esporádicos, a prática de encomendar produtos ajuda os agricultores, uma vez que os pedidos aumentam e as chamadas “cestas”, onde se deposita os produtos, auxiliam na organização da produção.

Esse formato de entrega geralmente envolve uma trajetória prévia de fidelização entre cliente e agricultor. A fala ilustra como funciona a encomenda de cestas:

Eu colho uns dias antes, lá pelo domingo e venho pra cá na terça já com os pedidos separados. Alguma coisa colhe na terça, lá pelas 7 da manhã, por exemplo, a laranja. Estou fazendo muita entrega, aqui embaixo, por exemplo, tenho 30 bandejas de ovos já separadas (Seu Ma, março de 2021).

As cestas referem-se a tipos variados de caixas, embora a mais comumente encontrada seja a caixa padrão 6424, já referida. Nesse caso, os produtos são repassados para as embalagens trazidas pelos clientes para que as caixas dos feirantes sejam liberadas. Na ocasião da pesquisa, as vendas variaram entre 8 a 15 caixas vendidas por feirante.

FOTO 6.5 - Caixas 6424 com compras encomendadas via *WhatsApp*



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

Uma terceira parte dos alimentos não era depositada nas bancadas, tampouco nas caixas das encomendas. Essa parte, que corresponde ao excedente da capacidade dessas bancadas, leva os feirantes a estocá-la embaixo das bancadas, nas carrocerias ou no porta-malas dos automóveis. Por fim, algumas caixas contendo grande quantidade de banana, macaxeira, maracujá, limão e inhame exposta no chão do galpão, aproximando-se da configuração da comercialização em atacado.

Os produtos são habitualmente separados por unidade, quantidade ou por peso. A venda dos ovos estava apoiada em duas possibilidades: em bandejas de ovos de papelão, cuja venda estava limitada a dúzia e meia dúzia; e a cestas de palha, nas

quais os compradores podiam selecionar os ovos e comprá-los por unidade. Nesse último caso, as bandejas também eram usadas para os mesmos levarem os ovos, funcionando como embalagem.

A comercialização da cebola também é habitualmente apresentada de duas formas: em tranças penduradas e em sacolas plásticas. Em ambos os casos, a mercadoria é retalhada por molho. A fala seguinte sinaliza algumas das opções possíveis para outros produtos:

Eu coloco seis limões em cada bolsinha. Eu trouxe seis bolsas. Às vezes eu deixo solto pro povo escolher por unidade. Berinjela também deixa escolher por unidade porque tem gente que gosta de escolher, aí a gente deixa. Tem gente que é muito exigente, fica escolhendo as compras (Dona Ni, março de 2021).

Ou, no caso de seu Ga, que muda de acordo com a preferência dos clientes: “Eu já vendi feijão à granel, mas o povo não quer. Aí eu vou e distribuo tudinho em quilo”. A reposição dos produtos é permanente para evitar que as bancadas se esvaziem, tornando-se pouco atraentes para os compradores.

O encerramento do expediente acontece por volta das 07h30min e 08h00min, quando os agricultores recolhem para os veículos as sobras das mercadorias. O fechamento da feira também finaliza o expediente do galpão Reciflor na quarta-feira, que só passa a ser reaberto na madrugada das quintas-feiras, por volta das 2h00min, para receber a Feira de Flores. Diferentemente da CECAF, após o fechamento da feira não fica nenhum feirante durante a tarde. Assim, os feirantes recolhem os produtos e retornam para seus municípios.

Assim como na CECAF, onde os agricultores comerciantes já demonstravam experiência com a comercialização, os feirantes orgânicos, também registram uma vivência pregressa em feiras livres, como negociantes de suas próprias mercadorias:

Um dos feirantes, por exemplo, já havia participado de uma feira convencional, durante cinco anos, antes de ingressar nesta feira do CEASA-PE. Desde aquele tempo, porém, já produzia alimentos orgânicos, como bem descreve abaixo:

Eu estou nessa feira desde o começo, mas já trabalhei muito tempo com feira em Gravatá na feira livre, normal. Primeiro nós vendíamos no chão, não tinha banco nessa época. Aí passei uns 5 anos negociando banana maçã, comprida e prata. Eu já comecei a plantar orgânico, vendia em Gravatá. Pegava da minha horta e pegava dos outros e vendia na feira livre (Seu Ci, março de 2021).

Outro feirante também anunciava a sua vivência anterior ao afirmar: “Feirava em Amaraji e só vendia o que produzia, mas era convencional” (Seu Ra). Outros feirantes também já tiveram experiência de comércio em feiras de outros municípios pernambucanos, como Glória do Goitá e Limoeiro, antes de ingressarem no Reciflor: “Essa não é minha primeira experiência com feira. Já venho sendo feirante em Glória de Goitá, depois Limoeiro e depois aqui. Mas sempre vendi só a minha mercadoria mesmo” (Seu Ga, março de 2021). Poucos são aqueles que iniciaram a prática de feirante no CEASA-PE, apenas quatro da nossa amostra:

Essa foi a minha primeira feira. Eu entrei quando começou aqui. Faz treze anos. Até podia vender aqui no CEASA-PE porque nós, no galpão aqui do fundo, tem sobrinho, tem primo ali. Mas eles não gostam de produzir orgânicos. Eu que gosto. (Dona Ni, março de 2021)

Verifica-se que a passagem por inúmeras feiras livres convencionais, inaugurou o campo de atuação como “feirante” de sete entrevistados. A CECAF já registra uma tradição entre gerações neste sistema atacadista. Considerando que a Feira de Orgânicos foi inaugurada em 2008, contabilizou-se 14 anos de experiência entre o entrevistado mais novo, que ingressou em 2017, e o mais antigo que inaugurou o espaço.

A participação em outras feiras do estado, além de ter permitido um melhor conhecimento das técnicas de comercialização, também, em alguns casos, favoreceu uma vivência em redes de feiras orgânicas organizadas por ONGs, como foi o caso de um agricultor que teve uma passagem pela Feira orgânica de Boa Viagem. Esta feira é vinculada a Rede Espaço Agroecológico, por meio da Associação Mocotó de Vitória de Santo Antão-PE⁵¹, responsável pela organização de cinco feiras no estado de Pernambuco, por meio de uma governança cooperativa entre produtores orgânicos e agroecológicos.

⁵¹ Compostas por coordenadoria, secretaria e tesouraria, a principal atuação desta Rede são as assembleias gerais para desenvolver as estratégias de monitoramento do funcionamento das feiras e zelar pelo cumprimento do regimento da Rede Espaço agroecológico de Gravatá, Setúbal, Santo Amaro, Boa Viagem Graças e Agroecoloja. Fazem parte da Rede as seguintes associações: AMATERRA, TERRA E VIDA, AGROFLOR, ASSIM, MOCOTÓ, AMARFTSA (LEÃO, 2019). Os agricultores do CEASA oriundos de Vitória são associados a Mocotó e participam da feira de Setúbal, Boa viagem e Santo Amaro.

Para esses mesmos sete entrevistados, a participação em outras feiras faz parte de suas rotinas. Os circuitos de feiras praticadas pelos entrevistados são os seguintes: a Feira do Poço da Panela, do Cordeiro, da Praça de Jardim São Paulo, da Rua da Aurora e de Boa Viagem. Feiras localizadas nas proximidades de órgãos públicos também compõem essa lista: Feira do Banco Central, da Secretaria de Planejamento e Gestão (Seplag) e do Tribunal Regional Federal TRF, todas na região central de Recife. O funcionamento destas últimas, porém, foi impactado em decorrência do isolamento social na pandemia da COVID-19, que levou ao fechamento desses estabelecimentos na quarentena.

De qualquer forma, a fala de Seu Ga é ilustrativa desse movimento:

Eu participo de 3 feiras, essa do Cordeiro e a da praça de Jardim São Paulo, na sexta feira. A que rende mais é essa daqui, mas ela vende igual a de Jardim São Paulo. A do Cordeiro enfraqueceu mais porque o Expresso Cidadão fechou por lá. Mas essa aqui é boa. Era melhor antigamente. A frequência era melhor.

Existe uma lógica em torno da gestão das FLV que não chegam a ser vendidas nas feiras. Algumas voltam sem sequer terem sido retiradas das caixas. Essas FLV, ainda frescas, caso tenham murchado, servirão como adubos; se ainda puderem ser vendidas, seguirão para uma nova feira.

Seja qual for o caso, terão aproveitamento. Como menciona Dona Ni: “O que sobra, levo de volta pro sítio e chega todinha lá na feira, na caixa mesmo, do jeito que ela está aí”. Já as frutas vão sendo gradualmente colhidas: “Eu não tirei o abacate, a manga espada que tinha pra tirar, e a jaca mole porque eu vou tirar pra sexta feira, que é dia do Parque do Cordeiro” (Seu Gu).

Além das feiras, outros mercados compunham os canais de escoamento do excedente da Feira de Orgânicos do CEASA-PE. Destacam-se, entre eles, alguns restaurantes, como O vegetariano, e o Tulasi Mercado Orgânico. É importante frisar que, dentre os entrevistados, sete produtores consideram o CEASA-PE como o canal de comercialização mais importante dentre os demais que participam. De qualquer forma, manter vários canais de participação constitui numa estratégia importante de comercialização, pois, numa eventual queda de movimento de uma determinada feira, há sempre alternativas para onde se pode recorrer.

Esse circuito difuso, de coordenação horizontal dos agricultores em vários mercados, faz com que produtores orgânicos atuem, nas palavras de Gelbcke, Silva e Rover (2021. p. 75), como agricultores comerciantes no sentido de atuarem “mesclando a venda direta”, com um conjunto de janelas de mercado como as feiras, as cestas “e a venda indireta para estabelecimentos comerciais de pequeno porte como lojas especializadas, pequenos mercados, restaurantes”.

Vale destacar que, ao contar com o excedente das feiras principais, a rotatividade entre canais de distribuição se traduz como uma importante estratégia para complementação de renda, sem uma ampliação significativa de custo. Quando a participação se vincula tão somente à safra, torna-se mais difícil uma participação contínua nas feiras. A escassez de água torna-se uma das principais razões na imposição desses limites.

O que eu planto não dá pra sobreviver só de feira, porque meu sítio não tem água. A água que eu tenho é de 2 barreiros, um que eu já tinha e outro que fiz lá, agora no começo do ano. Aí eu trabalho o período de chuva que começa em março, nestes invernos, aí o que eu planto dá pra gente sobreviver, mas quando passa o período de chuva eu não tenho água o suficiente para produzir (Seu Ga, março de 2021).

Também é condição para aqueles cuja fonte primordial da renda deriva de atividades não agrícolas, ficando a agricultura como um complemento da renda familiar:

Eu tenho muita vontade de deixar a feira porque o ganha pão daqui é pouco demais, é R\$ 1.000,00, que é o que ganho em um dia de carro pipa. Só trabalho nesta feira, mas tenho outra fonte de renda, que é a venda de estaca, que vem do Ceará, pra cercado para hortas e sítios e também tenho a venda de água em caminhão pipa porque tem um olho d'água no sítio. Então não adianta eu me forçar aqui (Seu Ma, março de 2021).

No caso de Seu Ra, que lucra em torno de 300 reais por feira, os trabalhos fora da agricultura complementam a renda “com comércio ambulante de bacia e balde, nos finais de semana”.

Em condições ótimas, há aqueles que contabilizam que os valores provenientes da feira de orgânico do CEASA podem chegar a “mais de R\$1.000,00 por semana, quando tem mercadoria e variedade” como menciona Seu Gu, ou “até R\$ 3.000,00, bruto, aqui em um dia de feira, mas agora não dá mais não”, segundo seu Ma.

Arquitetar a oferta de mercadorias por meio de um escalonamento submetido às condições estruturais da unidade produtiva, também evidencia a expertise dos feirantes em torno da organização desse mercado. Quatro entrevistados informaram que priorizavam as frutas sazonais, em razão desses cultivos não dependerem de tanta irrigação, quando comparadas às hortaliças, por exemplo. A escolha em ofertar produtos secos também constitui uma estratégia de substituição ou de diversificação dos produtos ofertados. Para um agricultor, a decisão de levar feijão estocado substituiu as hortaliças que ainda não estavam próprias para a colheita.

Expressões tais como “levar na época” e “estar combinando” e “esperar acontecer” demonstram uma tentativa de construir, de forma autônoma, o escalonamento da oferta, como observa Seu Ga: “Esse feijão é da safra do ano passado. Vou renovar essas sementes com o que eu tenho plantado”. Seu Ci, por sua vez, menciona que “hoje só trouxe banana, umas 600 e já vendi tudo. Foi pouquinho porque a horta é pequena. Então tem que estar combinando, tirando pouco para combinar com o tempo pra não faltar”. Assim, Intensificar a participação na feira durante a sazonalidade se mostra como uma estratégia importante para quem não dispõe de uma boa fonte de irrigação na propriedade rural.

O escalonamento com produtos excedentes também é uma estratégia usada habitualmente no abastecimento de feiras complementares. Por fim, as mercadorias residuais de um dia inteiro de circulação pelas feiras podem também ser transformadas em polpas, alimentos para nutrição animal e compostagem.

Essas formas complementares para a circulação das mercadorias é uma das faces da construção de regras e negociações menos rígidas dos mercados da agricultura familiar, demonstrando também a sua criatividade. Segundo Butto, et., al. (2022, p. 308), o beneficiamento dos produtos corresponde a “um saber particular, a uma história, a uma distinção; aos fatores naturais (clima, temperatura e umidade do solo) e aos aspectos socioculturais (modo de produção e saber-fazer)” e nesse sentido, se confundem com o próprio modo de vida camponês.

A estratégia de precificação da Feira de Orgânicos se materializa por meio de um tabelamento estabelecido a cada ano, com preços decididos coletivamente em assembleia. Para ser acatada, a flexibilização do preço precisa ser debatida entre as

Organizações de Controle Social (OCS) e fixada por Comissões para a Produção Orgânica nas Unidades da Federação – CPOrg-PE (SOUZA, 2012)⁵². Cassol e Schneider (2021), analisando três feiras distintas situadas em três estados da federação (Campina Grande/PB, Caruaru/PE e Passo Fundo/RS), identificaram que a “instituição preço” possui requisitos que não diferem significativamente entre si, exceto quando comparados aos mercados convencionais.

Durante a pesquisa, observamos que os preços eram praticados conforme a quantidade e aparência das FLV, como revelado por Seu Ci: “aqui nós vendemos por R\$2,00 um pé de alface bom, quando é médio é R\$1,00 e às vezes é até três por R\$2,00”, ou de acordo com o perfil dos compradores (atacado ou varejo).

O tabelamento do preço não impede que o produto possa oscilar entre o preço mínimo e o máximo, dependendo de seu tamanho e de sua quantidade. O agricultor que comercializa sem considerar essa regra tende a praticar a “queima” dos produtos, ou seja, a venda ao final da feira por preços muito abaixo dos oferecidos no começo, a fim de escoar toda a produção. A pechincha, ou barganha, por sua vez, é vista como um ato negativo, semelhante a uma quebra de confiança, uma vez que a origem dos produtos, a qualidade relacionada ao frescor e os modos de produção assentados na eliminação do uso de agrotóxicos são os requisitos para seu maior valor no mercado. Nesse aspecto, a pechincha é não somente um ator desagregador do valor do produto pessoal, mas do valor acordado coletivamente. Ao lado disso, cria-se uma desigualdade nos valores ofertados no Reciflor.

A manutenção dos preços da tabela não tem sido descrita como uma tarefa fácil, por dois motivos principais. O primeiro diz respeito à competição estabelecida entre os próprios agricultores, típica de um comportamento individualista. A segunda vincula-se à concorrência, tida como desleal, entre os feirantes agroecológicos e convencionais no interior do CEASA-PE, como exemplificado abaixo:

Um pé de alface lá dentro, no veneno, é R\$ 2,00 e quando vende R\$3,00 num pé graúdo, o povo se espanta e diz que lá dentro é mais barato. Aí fica difícil pra nós negociar, né? Ali dentro é barato e aqui é mais ou menos, mas não tem preço que compare com o do veneno não. Eu digo: - aqui vocês sabem que a

⁵² As CPOrg-UF têm por finalidade auxiliar no desenvolvimento da produção orgânica, integrando os agentes da rede de produção orgânica dos setores público e privado e na participação da sociedade no planejamento e gestão democrática das políticas públicas (BRASIL, 2015)

gente é orgânico, tudo organizadinho. Já teve gente que disse a mim: mas lá é barato. Aí eu digo: é barato, mas vocês morrem envenenados. Aí eles dizem: - mas eu quero saber? Eu quero saber que eu estou comprando barato (Seu Ci, março de 2021).

Com efeito, a prática da precificação emprega um esforço adicional dos feirantes, no sentido de mostrar as vantagens do produto orgânico ofertado, procurando convencer o cliente a adquiri-lo:

Vê se ninguém aí tem esse produto. Pra eu conseguir isso aqui, foi um trabalho de anos de conservação e preservação da mata. Quando o cliente fala que o preço não está adequado a ele, aí a gente tem que falar o motivo, o porquê o preço está daquele jeito ali. A gente tem que mostrar pra ele que é tudo manual, tudo artesanal e encarece o custo que vem da roça, do sítio pra cá. A gente tem que valorizar aquilo que a gente faz, cobrar pelo menos o certo, ou seja, a tabela. E os clientes têm que aprender que aquilo que ele compra tem garantia. Eu mostro que o meu é certificado, que eu tenho embalagem, entrega, tem selo feito na gráfica, tenho que mostrar que aquilo que ele está comprando é garantido (Seu Do, março de 2021).

O valor em torno da qualidade se revela como uma visão de mundo dos produtores sobre os cuidados em torno da sanidade do produto, distinguindo-o na qualidade e na durabilidade. Saber como ressaltar os aspectos ambientais, territoriais, durabilidade, origem e, sobretudo, compará-los com o convencional faz parte do conjunto de argumentos apresentados na justificação dos preços:

Todo o produto que a gente comercializa a gente ensina ao consumidor que a durabilidade deste produto é outra. Convencional se estraga rápido e esse não, mesmo que ele leve chuva, ele tem uma durabilidade maior. Então a gente faz isso, a gente não é só vender (Dona Sô, março de 2021).

Alguns itens comercializados de terceiros escapam da tabela de preços, a exemplo do café e de outros produtos beneficiados, cujos custos tornam-se mais elevados:

Como eu vou pegar em Caruaru, aí já boto a porcentagem de ir de lá e cá, senão eu trabalho de graça. Como tem o telefone do produtor na embalagem eu peço pro cliente ligar pra ele pra ele não achar que eu tô mentindo (Seu Ga, março de 2021).

Voltando-se para o perfil do público da Feira de Orgânicos do CEASA-PE, Alves et. al. (2013) mostraram que 88% eram donas de casa que compravam para consumo próprio (18% estavam aposentados) e 12% eram feirantes, mercadinhos, hotéis e restaurantes que compram com fins comerciais. Dentre os pontos de interesse para a

fidelização do cliente, destacam-se a proximidade (26%) e a qualidade (23%). Questões como variedade de produtos, organização, localização, fiscalização, horário, infraestrutura, conhecimento dos comerciantes e preço pareceram sem muito valor para os consumidores. O ápice da circulação de consumidores na feira compreende o período entre 5h00min e 6h00min, podendo se estender até às 6h30min.

Importante ressaltar que esse perfil está relacionado às vendas no varejo. O atacado, por sua vez, integra o movimento de clientes que praticam a barganha por melhores preços, sendo identificados como o “pessoal que vende para o mercado e compra da gente de madrugada e distribui pros outros” (seu Ra). A prática de negociar em atacado é recorrente apenas para três entrevistados que intermediam para outros feirantes, restaurantes e mercados em plataformas digitais. Assim, “tem cliente que compra e repassa, é um tipo de atravessador, pra quem eu trago da roça e daqui já disparo minha mercadoria” (Seu Nô). As vendas em atacado tendem a “abrir mercados”, nos termos de Gelbcke, Silva e Rover (2021), reunindo os produtos dos feirantes e favorecendo a coordenação de uma logística.

No seu conjunto, esses compradores exigem uma maior formalidade na transação, embora, segundo os feirantes, não costumam solicitar nota fiscal. Muitas vezes, o comprador requisita do agricultor a entrega direta do produto no seu estabelecimento comercial, requerendo a realização de um contrato formal, ou “de verdade”, nas palavras do de um entrevistado. Entretanto, a impossibilidade de atender a formalidade exigida por algumas empresas tende a inviabilizar a transação: “eu já tive o Mercado Tulasi e um restaurante, mas esse eu não quis não, pela necessidade de dar nota fiscal” (Seu Ga).

A formalidade geralmente está relacionada à regularidade das negociações e geralmente envolve, além da OCS, visitas à propriedade rural. “A *dona da loja foi na minha casa e viu minha forma de trabalhar. Entrou no meu sítio e na reserva de mata que temos lá*” (Seu Nô). Curiosamente, Seu Ga relatou o financiamento da obtenção do selo por meio de uma empresa interessada em seus produtos, como abaixo descrito:

O Mercado Tulasi até me certificou com uma certificação que até para fora do Brasil ela servia. Quem pagou tudo foi ela, a empresária. O selo é o IBD. Eu entregava muita coisa, tomate comum, tomate cereja, laranja, cana, tudo que eu tinha.

A dificuldade deste feirante em manter uma regularidade na quantidade e na qualidade do produto ofertado inviabilizou a continuidade das suas negociações em longo prazo:

Eu forneci um tempo, mas depois não quis porque é um compromisso grande. Faça chuva ou faça sol você tem que dar aquela quantidade de mercadoria. Se você botar no contrato 50 quilos, é 50 quilos. Mas tem mês que você não consegue tirar produto e tem vez que eles não conseguem vender lá e aí só paga pra gente pelo que ele vendeu.

Com efeito, esse modelo de distribuição exige uma escala de produção e um nível de formalização que nem sempre são compatíveis com a lógica de produção familiar. A fala abaixo ilustra as dificuldades e inviabilidades encontradas pelo referido agricultor, levando-o ao abandono desse importante canal de distribuição:

Eu não quis mais, porque era compromisso demais. Eu vinha aqui para deixar pra ela a mercadoria e ela ainda tinha que selecionar qual ia levar pra ela. Aí diminui mais ainda porque só quer mercadoria boa. Era muito sacrifício e o ganho muito pouco.

Por sua vez, os pagamentos parcelados, mais comuns nas vendas em atacado, constituem outra condição que limita a continuidade das transações, em virtude da ausência de um capital de giro, como explica Seu Nô:

Lá na associação, ninguém quer entrar no processo de vender em mercado com contrato porque 90% dos agricultores estão matando, assando e comendo. O agricultor não tem fundo, capital de reserva para ir se mantendo. Aí ninguém tem condição de esperar 30, 40 dias para receber.

Esse tipo de dificuldade foi mencionado por Leão (2019), ao avaliar que a venda em atacado coloca em xeque um costume mais vantajoso aos agricultores, que é o pagamento no ato da compra por consumidores domésticos. Há também as vendas por atacado que acontecem mais informalmente, quando o comprador adquire, no momento da feira, aqueles produtos que mais lhe interessam, pagando à vista.

Durante as visitas de campo, foi possível acompanhar a negociação entre dois feirantes e três compradores: uma quitanda virtual, um feirante atravessador e um pequeno mercado. Esse esquema é considerado mais vantajoso para o feirante porque dá margem à negociação, substituição e inclusão de produtos nessa compra. No que se

refere ao pagamento, a grande maioria aceitava apenas dinheiro em espécie. Apenas uma entrevistada dispunha de maquineta de cartão.

A postura de inclusão de outras formas de pagamento não pareceu ser uma necessidade para os entrevistados. Vale ressaltar que, embora três feirantes da nossa amostra oferecessem opção no cartão, a única máquina disponível era a disponibilizada por uma feirante entre as onze entrevistadas: “Eu só vendo à dinheiro. Quando o cliente quer cartão, eu peço pra Dona Nice ali e eu já passo pra ela o cliente e ela já paga a gente no dia, o que vai entrar de cartão pra ela” (Seu Ci).

A confiança entre feirante e consumidor permite a ocorrência de vendas a prazo, conhecidas popularmente como “vendas a fiado”. Nessa direção, Dona Sô trabalha como “antigamente”,

[...] com uma caderneta, onde coloca o nome dos clientes e eles pagam mensalmente, outros quinzenalmente. A gente trabalha desenvolvendo a confiança que se perdeu ao longo dos anos, com mudança de atitude e de valores humanos. Não uso cartão porque você tem uma margem que dá para a financeira. E a gente tem cliente que ganha um salário mínimo e tem cliente que nem sabe quantos salários recebe. E pra que todo mundo tenha acesso, a gente baixa o custo do cartão, que não é pequeno.

Especial atenção merece esta feirante de produtos biodinâmicos, que se especializou nesse ramo (FOTO 6.6).

Para tanto, Dona Sô precisa arcar com uma logística de custo mais elevado, já que a maioria desses produtos vem de outras regiões do país, sobretudo do Sudeste. No funcionamento desta rede, inclui-se a CEAGESP, como centro irradiador dessa redistribuição:

Na agricultura biodinâmica são muitos produtores espalhados pelo Brasil e a gente fez um leque de amizade muito grande. Está vindo tudo certificado. Além de ter o rastreamento do rótulo e da nota, a gente conhece mesmo o pessoal de onde a gente traz. Tudo da ABD vai pra São Paulo para uma loja localizada próxima a CEAGESP e outra dentro dela. É onde fica o centro de distribuição da gente, onde sai os caminhões refrigerados pro Brasil todo. Também vai pro Grupo Horta, Terra Frutas Orgânicas; Capela da Penha que é uma rede de distribuidores. A gente tem um grupo do WhatsApp da ABD, aí a compra desses produtos eu faço através desse grupo com os amigos.

FOTO 6.6- Banca com produtos biodinâmicos certificados

Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

Essa circulação de mercadorias entre regiões distantes gera um custo adicional que recai sobre o preço final, como explica a produtora:

O frete e imposto você tem que pagar pra receber deles. Tudo a gente paga. Esse tomate comum, essa batata inglesa, essa cebola branca e essa cenoura vêm do Sul de Minas e custam R\$18,00 o quilo. Hoje a gente está trazendo maçã orgânica do Rio Grande do Sul. Não tem aqui. A gente está vendendo R\$38,00 o quilo. Por aí, o quilo da maçã orgânica é R\$56,00 reais a mesma maçã.

Uma consulta ao Prohort permitiu constatar que o quilo da cenoura, por exemplo, encontrava-se a R\$ 2,50, o que revela a grande diferença de preços dos produtos convencionais quando comparados aos produtos orgânicos⁵³. Vale destacar que um conjunto de fatores pode interferir no barateamento de um e/ou encarecimento de outro. A perda à montante tem influência direta nesta precificação.

No que se refere a emissão de nota dos produtos, poucos são aqueles que possuem seus produtos certificados com selos e rótulos e que emitem nota fiscal. Diferentes da grande maioria dos feirantes, a sua comercialização se pauta na formalidade de contratos e padronização de seus produtos, de acordo com o que for

⁵³ Informação obtida em <https://pentahoportaldeinformacoes.conab.gov.br/pentaho/api/repos/%3Ahome%3APROHORT%3AprecoDia.wcdf/generatedContent?userid=pentaho&password=password>

solicitado pelos compradores. A nota fiscal é um instrumento exigido na comercialização desse tipo de produto. Como observado por Dona Ni, há uma grande diferença entre a feira e os mercados especializados, no sentido de que: “Eu embalo, coloco selo e tiro nota fiscal pra loja. O que vendemos na feira não precisa (não entra na negociação)”. A sua fala, a seguir, especifica o esforço que gira em torno da formalização do mercado orgânico:

Para entrega, é eu pegar meu produto e vender todo dessa forma aí, embalado e mostrando que é orgânico de verdade. Eu tiro nota porque é certificado. Eu tenho CNPJ e certificação, eu tenho tudo. Vendendo aqui na feira, não precisa de nota fiscal, mas se uma pessoa quiser eu dou nota fiscal.

Referindo-se a um cliente que se aproxima, outro agricultor relata: “Esse aqui vai comprar milho agora, vou produzir milho para eles e vou dar nota fiscal que é para eles provarem que o produto é certificado” (Seu Dô)

O fenômeno de inclusão das frutas, legumes e verduras frescas (FLV) nos mercados globais ampliou a demanda por esses produtos, mas, em contrapartida, ampliou enormemente as exigências em relação ao controle de qualidade, por meio de mecanismos exógenos, desafiando, de forma crescente, os agricultores envolvidos nesses mercados.

Como avalia Pires (2011), a qualidade dos mercados de produtos frescos impõe dificuldades em termos de inovações organizacionais e tecnológicas inerentes às pequenas áreas de plantio o que justifica, em grande medida, a organização dos produtores em cooperativas, como forma de lidarem com os desafios impostos pelos mercados.

No âmbito do CEASA-PE, essas duas categorias de feirantes atacadistas e varejistas se distinguem quanto ao tipo de produto, quanto aos requisitos que entram em cena na negociação e quanto ao perfil do cliente, ampliando, para uns, e estreitando, para outros, as oportunidades de inserção em mercados mais competitivos, o que, por sua vez, tende a ampliar o fosso entre ambos.

Para um feirante, “o que me incomoda demais é ser grande demais e pequeno demais” (Seu Nô). E, referindo-se ao risco comum a todos, observou: “o grande demais não passa quando o caminho é estreito, mas o pequeno também se perde com mais facilidade. Tem que estar no caminho do meio do convívio”.

Como quer que seja, Cavalcanti (1997 p. 81) chama a atenção para a íntima ligação entre conhecimento e inserção nos mercados ao admitir: “controle do conhecimento e dos saberes se tornou um dos fatores essenciais para o sucesso das categorias sociais, no seu lidar com agentes externos ao seu dia a dia”.

Tal como identificado por Niederle (2017), enquanto discursos, os elementos que compõem o universo da agricultura familiar são construídos numa arena política. Cada argumentação trava uma luta por reconhecimento, colocando em evidência valores que legitimam os seus modelos de produção. Assim, os feirantes, ao defenderem seu conhecimento, seu preço, sua noção de qualidade, animam os espaços de reivindicação em torno dos mercados, ao mesmo tempo em que propiciam a sua reprodução social.

Para o caso dos feirantes que não conseguem ofertar grande variedade de produtos, outras estratégias permitem alavancar as suas vendas. Destacam-se, nesse contexto, as ações de permuta ou de empréstimo, que se valem do ato de pedir um produto para um colega durante o funcionamento da feira. Essa permuta gera uma dinâmica na qual aquele que cede gera um crédito com aquele que recebe, configurando a oportunidade de devolução de uma dada quantidade de produto.

Interessante sublinhar que os feirantes não costumam registrar esta ação com anotações escritas, valendo-se apenas da memória para os acertos no final da atividade: “A gente não se esquece de pagar não, na hora vem todo mundo acertar as contas antes de eu ir embora e no sítio quando eu chego eu acerto com quem peguei mercadoria” (Dona Ni). A exceção foi encontrada com uma agricultora, a mesma que disponibiliza a maquineta de cartão, a qual sublinhou: “Eu anoto tudo, todas as entregas, se eu ceder a mercadoria para alguém eu anoto” (Dona Ri).

Ainda que sem registro por parte da maioria, a quitação do produto emprestado constitui uma prática corriqueira entre os feirantes, fazendo parte de uma das etapas de fechamento da feira. Foi possível constatar um recorrente movimento de idas e vindas entre os feirantes realizando os pagamentos no fim do expediente, como uma clara manifestação das redes de reciprocidade estabelecidas entre os participantes.

Para Oliveira (2020), essa ação de ceder ou apanhar mercadorias com o próximo é identificada como um mecanismo resultante do prolongamento de proximidade em

situações de cooperação, também carregado de moralidade em torno de desconfiança, punição e reputação. E está especialmente voltado para os feirantes com baixa produção ou que, por algum motivo, não conseguiram, excepcionalmente, dispor dos produtos habituais da feira.

Diferentemente do atravessamento, a permuta carrega um aspecto agregador entre os agricultores, gerado pela cooperação e confiança. Mesmo assim, esta confiabilidade é posta em xeque quando o assunto se refere à origem orgânica do produto: Ao mesmo tempo em que essa lógica está pautada na confiabilidade, por vezes não isenta o feirante da incerteza quanto à qualidade orgânica da mercadoria.

Quando o agricultor quer enganar, engana qualquer um. Vai denunciar como? O cabra só descobre se o agricultor abrir a boca. Por exemplo, você chega lá em casa eu tenho um plantio de jerimum, mas eu espalho uns jerimuns por dentro de uns 300 quilos de milho. Aí você chega e diz: Vamos colher? Aí eu digo: Eu já estava colhendo, já está para carregar o carro já. Aí como vai descobrir um negócio desses? A única maneira de descobrir é fazendo a análise (Seu Nô, março de 2021).

As relações de amizade, parentesco e vizinhança minimizam as preocupações com a origem dos produtos, permitindo a garantia e o conhecimento a respeito do manejo. Mesmo assim, como admitem, uma forma de evitar situações embaraçosas com possíveis fiscalizações, que ponham em xeque a credibilidade do feirante junto ao cliente, é de se limitar a aquisição apenas de culturas mais resistentes às pragas. Nesse contexto, as frutas foram às mercadorias consideradas mais seguras para serem adquiridas com a vizinhança:

Às vezes eu pego com vizinho, mas como nem todo mundo é orgânico eu só pego laranja bahia, comum e tangerina, que eu sei que não leva agrotóxico. É mais resistente e as pragas que dá na folha, feito a formiga, não afeta a fruta não (Seu Ra, março de 2021).

Para aqueles que operam com certificação, o rótulo contendo as informações de origem e manejo dos produtos assegura sua credibilidade com o cliente, assentando, pela instituição em questão, a certeza da origem orgânica dos itens. Seu Dô também já experimentou integrar uma rede de produtores orgânicos, mas, sem obter o sucesso esperado, admitiu a inviabilidade desse arranjo:

Eu estava comprando de São Paulo, de Minas e da Bahia. Essa compra é por ligação, contato direto que tem de um produtor pro outro. Tem um grupo de WhatsApp. Aí ele manda e quem paga o frete é você. Você paga o produto, o

frete, a logística e imposto se tiver, mas como a logística está muito cara, não compensa mais você trazer.

Essas experiências mostram o quanto uma compra local não se traduz necessariamente em acesso à produção local. A dimensão local dos Mercados Regionais e nacionais depende, como explica Belik (2020), do funcionamento de estruturas locais de distribuição com um marketing do contexto cultural e social no qual o produtor encontra-se inserido. Pode-se afirmar, então, que eles estão engendrando o que se entende como circuitos espacialmente estendidos, localizados dentro do escopo das redes alternativas agroalimentares, que destoam ativamente das cadeias convencionais (MARSDEN, BANKS, BRISTOW, 2000).

Esse cenário da institucionalização de parâmetros formais remete à perspectiva de Niederle e Radomsky (2017) no sentido de que os contratos com mercados especializados trazem os desafios de uma padronização da agricultura familiar que podem colidir com a construção identitária que os agricultores criam ao seu próprio respeito. Assim, com a adoção de sistemas jurídicos e técnicos, como rastreabilidade, código de barras, embalagem, refrigeração, entre outros, não são levados em consideração os laços de confiança que se estabelecem no diálogo com os compradores, fomentando a construção de outra noção mais tolerante com relação às formalidades relativas à rotulagem e embalagens. Esse cenário corrobora a noção de que os agricultores familiares preferem canais de comercialização menos exigentes (GELBCKE, SILVA, ROVER, 2021).

Percebe-se que o valor atribuído ao produto sempre estará submetido a uma contínua redefinição do preço, que envolve os consumidores, outros produtores e seus intermediários. Assim, esse conjunto de formas utilizadas para a construção dos preços é uma das bases institucionais para a estabilidade dos mercados da agricultura familiar, que vem impactar naquilo que Allaire (2016, p. 83) entende como “mudança de valores enquanto fins coletivamente almejados no domínio alimentar”. Nesses casos, insere-se, nas convenções de qualidade, uma “questão pública informada por valores e normas operacionais, bem como critérios de avaliação ainda que informais”.

Compreende-se que distintas concepções caracterizam as interações comerciais e a criação de redes pelos agricultores feirantes em cada um dos galpões estudados – Reciflor e CECAF. Concepções essas muitas vezes desconectadas com a regulação

normativa do regimento de mercado do CEASA-PE. As inter-relações entre agricultores orgânicos e a intermediação são completamente distintas da CECAF, pois a procedência é crucial para o padrão de qualidade, não se enquadrando no esquema dos atravessadores.

A composição da CECAF desdobra-se em várias tipologias de trabalhadores especialistas em atravessar e negociar, como frentistas, *siris* entre outros. Os intermediários da Feira de Orgânico, por sua vez, são mais engajados no processo de construção da qualidade do produto, porque carregam as informações de origem dos produtores e as conectam com os consumidores.

6.4 Requisitos estruturais da comercialização do alimento orgânico

Um conjunto de requisitos foi apontado como sendo indispensável para a manutenção da qualidade orgânica e para uma oferta diversificada.

A feira do CEASA-PE tem mercado. O problema é a gente ter mercadoria e variação. A gente não tem capital pra ter tanta variedade e a gente trabalha mais por conta própria, com a família. Eles perguntam por que não tem tanta variedade? E a gente responde o caso de todo mundo, que é o capital (Seu Ga, março de 2021).

Os entrevistados não sinalizaram ter clareza sobre os custos da agricultura orgânica, admitindo uma variação em função das condições hídricas e sazonais da propriedade rural. Apesar disso, os seus cálculos são precisos ao incluírem toda a logística com transporte, tempo e o quantitativo das perdas. Em resumo, produzir orgânicos “é *custeio, é forma de trabalhar*” (Seu Do). Ao que complementa Seu Nô:

Cada um olha as condições do seu custo para formar o preço. Tenho que ter uma noção. O cabra faz uma plantação de macaxeira chega aqui, perde por causa do preço. Aí, resumo da conversa, eu vou fazer outra daquele tamanho? Nisso aí vai reduzindo, aí vai ser aquele desespero.

Investir em um sistema de manejo eficiente também influencia diretamente no valor do produto orgânico e nas possibilidades de lidar com as perdas, já que, segundo Dona Sô, “pra produzir um tomate desse e vender a R\$18,00 o quilo, não é caro para o cliente porque a gente planta 1.000.00 pés e colhe 300”. Nesse contexto, “na agricultura orgânica a perda é grande, por isso não podemos vender mais barato”. (Seu Ga). “Se

for baixar mais do que está na tabela, aí a gente não vai consegue fechar a contabilidade nenhuma, não consegue sair do vermelho” (Seu Do).

Também é levado em consideração os equipamentos de irrigação das lavouras, além da compra de insumos para diversificação produtiva: “A gente não tem capital para fornecer essa quantidade, o capital para comprar materiais, máquinas para nos auxiliar mais, e por aí vai” (Seu Ga). Isso pode incluir as estruturas de irrigação das lavouras, que muitas vezes também depende de um equipamento para transportar água. Nesse contexto, “enquanto a caminhonete não sair da oficina, eu não carrego água para manter a horta”.

Como observado por Butto, et. al., (2022), o acesso à água é uma dependência que define os cultivos e produz transformações importantes em consequência do modelo agrícola adotado entre os agricultores familiares de Pernambuco. Nas áreas mais próximas da Mata Sul, os autores registraram o desmatamento e a perfuração de poços artesianos, voltados para a exploração agrícola, em especial para a produção de tomates e hortaliças com uso de agrotóxico, o que provoca o esvaziamento e poluição dos mananciais de água.

Vale lembrar que o próprio CEASA-PE cobra dos produtores a possibilidade de manterem uma oferta regular e diversificada de produtos. No entanto, as entrevistas refletem que a empresa não dispõe de um serviço de assessoria técnica apropriado para atender a esse requisito. Ao fazer parte da Secretaria Estadual de Agricultura e Reforma Agrária, o Centro conta com os agentes de extensão rural do Instituto Pernambucano de Agronomia (IPA), ainda que não consigam atender ao conjunto de demandas dos feirantes. A conjuntura com que opera esse serviço e as dificuldades a ele associados já foram discutidas no capítulo anterior.

Além dos investimentos, faz-se necessário contar com um capital de giro para lidar com as perdas e gastos diários. De forma optativa, o gasto diário pode incluir despesas com o serviço de café da manhã e demais refeições oferecidas na lanchonete do CEASA-PE. Assim, adicionam-se aos gastos diários no Reciflor com o pagamento das barracas, os custos das embalagens, pacotes e alimentação.

O custo com o transporte, seja com o aluguel ou com a manutenção, foi o item mais mencionado dentre os gastos diários.

Tem vez que não tem lucro, porque muitas vezes a mercadoria que eu vou levando não cobre a despesa que nós temos pra chegar daqui do interior ao Recife. Quando eu começar a produzir muito mais, dá pra cobrir (Seu Ga, março de 2021).

Os trâmites e taxas para formalização de pessoa jurídica e pagamento de auditoria das certificadoras têm sido apontados pelos agricultores como tendo um custo muito elevado por incluírem, com certo grau de sofisticação, a confecção de rótulos e embalagens para embalar as hortaliças (FOTO 6.7).

Essas embalagens aí tem um custo de R\$0,08 e o selo R\$0,05. Aí já são R\$0,13 só nisso aí. Como isso aí é pra vender na loja, na entrega, aí tem que ser vendido desta forma aí. Isso aqui tem tamanho, largura. Esse nomezinho foi medido. Se quiser aumentar tem que fazer tudo de novo (Seu Dô, março de 2021).

FOTO 6.7- Produtora inserindo produtos em embalagem com selo de conformidade orgânica



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo.

Os custos com investimentos com embalagens são também considerados muito relevantes no conjunto das despesas: “As embalagens a gente não escolhe tem que usar assim. O ovo tem que ter bandeja e as verduras tem que ser na bolsa de plástico. Não pode ser diferente porque tem fiscal aqui pra investigar” (Dona Ri).

Alguns consideram que o uso das sacolas plásticas, localmente denominadas bolsas, é material opcional que auxilia na preservação do frescor das folhas, ou “pra não quebrar, porque a gente chegava com as folhas quebradas e aqui não, ainda volta

pra casa e fica assim. Conserva. Cinquenta sacolas dessa é R\$5,00 então vale a pena” (Dona Ni)

Para todos os feirantes entrevistados, é comum o uso das caixas 6424, conforme o Regulamento de Mercado do CEASA-PE, doadas pelo centro aos agricultores da Feira de Orgânicos e aos agricultores comerciantes da CECAF, não representando, assim, custos adicionais. Quando os custos são muito altos, alguns agricultores chegam a pensar em desistir de trabalhar com essa feira, como é o caso de Seu Ma, que afirma continuar o trabalho apenas por já ter investido em muitas plantações, pois o alto custo não vale o pouco movimento: “Eu me mantenho nesta feira porque eu tenho muita coisa lá plantada, eu tenho que vender tudinho”.

Outros concordam que o retorno financeiro não cobre o trabalho, permanecendo na feira, muitas vezes, pelo prazer do trabalho no local:

Pra não perder a feira, muitas vezes eu venho, só pra não perder a feira porque eu gosto muito de fazer o que eu gosto que é isso aí, agricultura, né? Muitas vezes eu venho até no prejuízo, mas por gostar muito, eu venho (Seu Ga, março de 2021).

O desejo deste agricultor é o de vender localmente a sua produção, evitando os custos de deslocamento, como observa: “Eu queria vender na porta de casa porque dá muita despesa aqui. Eu não queria nem entregar também. Queria que todos os clientes fossem pegar lá”. Ainda que cientes das dificuldades pertinentes ao comércio há o reconhecimento de seu protagonismo enquanto produtores de alimentos sem veneno. Nesse sentido, como admitem, quando as vendas não pagam os custos da produção, se ganha com a segurança alimentar dos próprios produtores.

Seu Ga ressaltou que não é apenas a sua família que se beneficia da qualidade dos alimentos, mas também todos aqueles que os procuram e que mostram interessados na produção orgânica proveniente da agricultura familiar: “Estou produzindo a mercadoria de boa qualidade pra mim, pra minha família e também estou repassando pro pessoal que estão aderindo, se adequando à agricultura familiar orgânica”. Ao que complementa Seu Gu: “É muito bom orgânico, a gente está cuidando da mãe terra, da saúde dos outros. A gente vê uma coisinha dessa pequenininha, mas é saudável que só, a gente se alimenta bem, isso é que é bom”.

Mesmo sem contar com uma renda fixa familiar, havia entre os produtores uma consciência de sua autonomia na produção e no consumo de alimentos, evitando maiores gastos com a reprodução social da família. E esse fator é considerado um marco essencial dentre as pessoas que produzem em seus sítios, quando comparados com as pessoas da cidade.

A gente não tem uma renda fixa, a renda da gente é o que nós vendemos, né? E o bom é que também não precisa, porque a gente tem o que comer. Essa é a diferença da pessoa do sítio que produz para as pessoas que não produz, que tem que ter dinheiro pra comprar comida (Seu Dô, março de 2021).

Essa fala remete ao que Aubin e Cavalcanti (2022, p. 70) entendem como “abordagens agroecológicas”, ao identificarem, entre os agricultores, narrativas que “reativam e reinventam formas de autonomia”, favorecendo o “mercado local através de um movimento de realocização” da economia camponesa.

As vantagens, especialmente em termos de segurança alimentar, da produção realizada no sítio também são comparadas com a situação dos agricultores periurbanos da CECAF que plantam ao redor do CEASA-PE, como bem exemplifica Seu Dô ao diferenciar aqueles que, como ele, aprendeu a “produzir para se alimentar” e aqueles que aprenderam a “produzir para vender”:

Pude aprender a produzir para se alimentar. A gente tem uma galinha, um bode, uma batata doce, uma banana comprida, mas a maioria dos agricultores aprendeu pra vender. Os agricultores ao redor do CEASA-PE mesmo, só planta alface, coentro e quiabo. Ele vai só comer isso? Não. Se ele não vender, como vai comprar cereais? E sem o CEASA-PE eles vão arrumar qual dinheiro, pra comer?

O agricultor aplica uma distinção entre os sistemas produtivos que se aproximam da noção identificada por Aubin e Cavalcanti (2022 p. 64) como a “lógica contraprodutiva na agricultura ecológica” que “se revela como um modo autônomo em relação ao modo industrial/convencional”. Nesse sentido, o que é produzido por ele não precisa ser estritamente avaliado como monetizável como para os agricultores ao redor do CEASA-PE.

Somada à vantagem em optar por alimentos livres de agrotóxicos, a aproximação dos consumidores de alimentos orgânicos à Feira do CEASA-PE continuou em 2020, mesmo diante dos desafios impostos pela COVID-19. Essa aproximação foi

possível pelo uso do mecanismo que progressivamente tem sido considerado essencialmente interessante para manutenção da atividade comercial: os celulares, mais especificamente, os dispositivos de mensagem como *WhatsApp* usado para realização de vendas previamente encomendadas.

Denominados mercados digitais, o uso dessas ferramentas foi acelerado pela crise sanitária da COVID – 19, passando a ser considerada pela literatura como uma novidade comercial que veio para ficar entre as iniciativas que promovem os mercados da agricultura familiar (GAZOLLA, RUFINO, 2021). O uso do *WhatsApp* vem se tornando uma modalidade comumente encontrada nesta feira. Outras plataformas on-line de vendas, como sites e redes sociais não são utilizadas.

6.5 Impactos da pandemia para os agricultores comerciantes da CECAF

Como já posto, os *agricultores comerciantes* da CECAF estavam vinculados à circulação de mercadorias em larga escala, o que colocou outras incertezas quanto à prática comercial em meio à pandemia da COVID-19. Do lado dessa longa circulação de mercadorias Schneider et. al., (2020) identificaram que não foi registrada uma grande crise de escassez de oferta de alimentos no Brasil.

Os problemas que foram relacionados à distribuição dizem mais a respeito aos problemas de contaminação dos trabalhadores das agroindústrias. No que se refere aos agricultores, o sofrimento foi causado pela falta de compradores, uma vez que espaços usuais de venda e consumo de alimentos foram fechados ou suspenderam as compras.

Na mesma direção, observou-se que, enquanto o comércio na Feira de Orgânicos sofreu com a evasão dos clientes idosos, foi o fechamento dos restaurantes que incidiu diretamente na queda do movimento da clientela da CECAF. Sendo assim, os *agricultores comerciantes* deste galpão se mantiveram no aguardo da clientela doméstica e de compradores de pequenos mercados que ainda podiam frequentá-lo.

Dona Lu, plantadora de quiabo no entorno do CEASA-PE e moradora do bairro Roda de Fogo, em Recife, relatou como está sua rotina de trabalho em tempos de pandemia:

Continuo saindo de madrugada da minha casa e indo até o CEASA de Uber. Quando eu chego, eu abro minha banquinha aí já tem alguém que me entrega as mercadorias e as minhas coisas da horta que eu estou vendendo. Eu tenho uma pessoa apenas que já faz entrega pra mim, ele põe mercadoria à semana toda, até a sexta feira. Na sexta faço o pagamento a ele. Como cada dia tem um preço aqui, ele tira uma base e cobra um valor só, a semana toda.

Sabe-se que parte dos *agricultores comerciantes* não é fornecedora da maior parte do seu comércio, dependendo da entrega de produtos de outros municípios e regiões. Então, além dos restaurantes, a redução do movimento de caminhões de outras regiões que se destinavam a esse galpão também impactou nas vendas, segundo a mesma agricultora.

A mudança dessa COVID pra gente aqui só foi uma: que não deu aquela multidão de gente. Tá chegando o pessoal pouco a pouco, mas estamos conseguindo vender nossa produção. Quanto à chegada de alimento, tem carro interditado.

Nas primeiras semanas do isolamento social, o tráfego dos caminhões para abastecimento do galpão ficou prejudicado porque o CEASA-PE passou a ter mais controle sobre a quantidade de automóveis, não liberando as suas entradas com tanta fluidez. A comercialização também foi enfraquecida pela necessidade do CEASA-PE verificar a temperatura de todos os transeuntes do entreposto nas portarias, o que também tornou esse movimento de caminhões mais letárgico, influenciando na velocidade com que acontecia o abastecimento do galpão.

Tendo em vista que a relação entre agricultor, comerciante e cliente é distinta daquela encontrada na Feira, os mecanismos de preço continuaram ditando as regras mais do que as relações de confiança. Com a manutenção desse movimento, os *agricultores comerciantes* acabaram por não aderirem às novas formas de transação, como a entrega de cestas. O esforço maior estava, então, sendo direcionado à não perder os clientes que ainda estavam frequentando o galpão para a concorrência: “Compro pouco, ganho pouco, quem compra muito, sai ganhando nada porque perde”, disse Seu Ed, quando questionado sobre como se manter nas vendas. Já para Dona Lu,

A estratégia para atrair mais clientes também está fora de questão, não tem como atrair mais, porque o que vem já é pouco pra dividir com todo mundo. Então, o que temos que fazer pra não perder dinheiro é pegar menos mercadoria. A gente tem que se controlar desse jeito.

No que se refere às medidas de isolamento social aplicadas aos comerciantes no interior da CECAF, uma mudança significativa nos espaçamentos entre os balcões não foi observada, diferentemente da intercalagem entre os equipamentos de trabalho que funcionou como uma barreira sanitária na Feira de Orgânicos. Assim, os balcões estavam sendo ocupados normalmente.

A própria estrutura do galpão foi avaliada por Dona Lu como uma forma de se proteger, isto é, a disposição das bancadas, onde os feirantes trabalham por trás das bancas. Considera-se que a modificação dessa configuração não seria tarefa fácil na CECAF dada a histórica disputa que existe entre os comerciantes em torno das áreas desse galpão (FOTO 6.8 e 6.9).

FOTO 6.8 - Movimento de clientes na CECAF durante pandemia da COVID-19.



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

Ainda, segundo a entrevistada, os funcionários do Centro distribuíram álcool em gel e sabão, mas ela afirmou não ter recebido os materiais de proteção previstos pelo CEASA, embora admitissem que pudessem receber caso fosse solicitado aos fiscais. Aparentemente, houve uma seleção dos tipos de “negociantes” que precisam mais de cuidados:

Que eu saiba distribuíram máscaras pra algumas pessoas, eu mesma não recebi. Eles estão distribuindo mais pra quem vende lanche esse tipo de serviço. Eu acho que deveria ser pra todo mundo, pra todos os negociantes e não para um ou outro.

FOTO 6.9 - Movimento de clientes nas proximidades das bancadas dos entrevistados da CECAF, durante pandemia da COVID-19



Fonte: Registro da autora durante pesquisa de campo (Maio, 2021)

Sobre a perspectiva de futuro, os entrevistados demonstraram confiança na sua estabilidade no mercado porque o CEASA-PE é, segundo um deles, uma fábrica de alimentos que não pode parar:

O CEASA até agora não se manifestou de fechar no qual ela é digamos assim, uma fábrica de distribuição de alimentos. Se caso ela fechar, muita gente vai ficar sem alimentação. Como a procura está grande, de alimentação, está tudo funcionando, o CEASA-PE está abrindo normalmente. A turma está vindo, comprando e levando pro seu estabelecimento também (Seu Ed).

Ainda que tenha havido essa diminuição do movimento na entrega de produtos de outras regiões, o fechamento de um centro de distribuição como o CEASA-PE não aconteceria porque haveria um desabastecimento de grandes proporções na região metropolitana do Recife. Assim, a função pública do centro na promoção de um abastecimento descentralizado para a população é o que colocou a CECAF em segurança financeira.

Além do efeito dominó do varejo ao atacado, ela estava alerta a respeito da complexidade da logística que gira em torno do escoamento das FLV frescas com a qualidade requisitada.

Pode chegar a faltar mercadoria porque estraga muito em uma semana só. A mercadoria que dura, tudo bem, mas as que não duram, vai pro lixo. Então vai entrando menos mercadoria e chegar a faltar.

Estando fechados ou descapitalizados pela reclusão da clientela, o varejo vem a influenciar na estabilidade da CECAF: “não tem a quem vender porque quem compra não está vendendo tanto”: Nesse sentido, há uma dependência do seu comércio em relação aos serviços como pequeno varejo e restaurantes que até então.

Dona Lu tinha uma opinião menos otimista, considerando a possibilidade de um efeito dominó que, segundo ela, estava por vir no curso da pandemia.

Na quarentena diminuiu as pessoas a comprar porque os restaurantes que compravam não estão comprando mais. Eu acho que, com o passar do tempo em quarentena, vai se agravar mais porque quem vem comprar não tem a quem vender muito porque o povo está fora da rua. Até pode chegar a mercadoria, mas não vende muito, não tem a quem vender porque quem compra não está vendendo tanto. Está tudo parado.

Mais uma vez, destaca-se a ausência dos movimentos sociais e das instituições governamentais nas falas dos entrevistados, o que revela certo distanciamento entre eles e essas entidades, evidenciando também a necessidade de efetivação de políticas públicas de criação de mercados para a agricultura familiar no Brasil.

Para o acesso a alimentos não produzidos localmente, parte das regiões do Brasil depende da circulação de mercadorias em cadeias nacionais descentralizadas, como as Centrais de abastecimento. O abastecimento, no seu sentido mais amplo, depende de dinâmicas híbridas nas quais interagem sistemas alimentares locais, nacionais e globais (MALUF, LUZ, 2017). Então, uma crise pendendo para o lado da grande distribuição enfatiza os limites da governança de modelo hegemônico da distribuição de alimentos.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta tese, analisamos as dinâmicas sociais da Central de Comercialização da Agricultura Familiar (CECAF) e da Feira de Orgânicos no CEASA-PE, a partir da concepção dos agricultores sobre os padrões habituais, tais como regimentos do CEASA-PE e acordos coletivamente estabelecidos, bem como os papéis desempenhados na comercialização, sinalizando como a organização destes espaços interfere na circulação de mercadorias da agricultura familiar no sistema atacadista.

Os mercados atacadistas têm sido considerados pelas Nações Unidas para a Organização para a Alimentação e Agricultura das Nações Unidas (FAO) como uma solução governamental para a erradicação da fome da população da América Latina. Tal agenda tem privilegiado o provimento regional de frutas, verduras e legumes (FLV) da agricultura familiar, por meio das estruturas dos mercados atacadistas. Tais questões são discutidas no âmbito do quadro institucional dos mercados atacadistas de uma diversidade de estruturas comerciais que congrega agentes públicos e privados.

Tais agentes sustentam, desde a década de 1960, um sistema de competitividade, via preço e contratos informatizados, enquanto outros mecanismos de negociação e organização dos mercados, pautados nas lógicas próprias dos produtores não são evidentemente considerados. A partir da década de 2000, a expansão de novas definições de qualidade para as FLV com valores territoriais, sustentáveis, ecológicos deram suporte à constituição de uma diversidade de arranjos e escalas que configuram as cadeias de abastecimento com forte participação de agricultores familiares.

A constituição dos galpões para a agricultura familiar no sistema CEASA tem como aparato determinante para o funcionamento destas estruturas a criação de cadeias de menor escala e proporção. Os “Mercados Locais” do sistema atacadista se revelam como as estruturas diretamente conectadas com as zonas produtivas em “Mercados do produtor”. Apesar dessa configuração que se assenta na venda direta pelos produtores locais, esses mercados têm abrigado os atravessadores posicionados como responsáveis pelas funções comerciais e operacionais. Isso indica que a garantia de um amparo logístico e estrutural não tem sido suficiente para a inserção de agricultores nesses mercados. Com efeito, a dependência bilateral entre produtor – intermediário e

intermediário-comerciante, na qual os atravessadores podem manifestar-se como trabalhadores individuais ou coletivizados, empresas, transportadoras e distribuidoras perpassam todos os modelos de mercados atacadistas citados nesta tese.

Os Centros de Referência, por sua vez, criam, através da gestão pública, condições aos produtores rurais para que viabilizem a sua atividade comercial, sinalizando para o aspecto político da governança determinante na participação de agricultores. Nesse contexto, os mercados atacadistas de quarta geração passaram a incorporar na sua agenda a rastreabilidade dos produtos que favoreçam aspectos locais de regiões agrícolas e direcionadas às demandas ambientais pelo combate do desperdício de alimentos.

Esse processo também esbarrou na natureza do sucessivo atravessamento de mercadorias que leva a uma pulverização de alimentos sem identificação de origem no varejo. Então, os logísticos tradicionais que envolvem o atravessamento de mercadorias, acabaram criando obstáculos para um modelo de mercado público, com valores territoriais e baseados na relação direta entre agricultores familiares e consumidores.

Da mesma forma, a falta de clareza sobre a diversidade dos produtores compõe os obstáculos para criação de mercados de qualidade territorial. Uma das soluções citadas, à luz da literatura, foi a normatização dos diferentes níveis de incentivo e de controle para que os permissionários organizem as atividades comerciais rumo a essas novas estratégias.

No âmbito do CEASA-PE, constatou-se que esta central é um modelo de mercado eficiente na perspectiva dos Centros de Referência. Ao mesmo tempo, trata-se de um mercado exemplar voltado para o interesse social, com a criação da Central de Comercialização da Agricultura Familiar (CECAF), em 2005, e a instalação da Feira de Orgânicos em 2008, entre uma série de programas sociais. Nessa direção, instalou as bases para a participação dos agricultores predominantes no setor de folhosas, que, historicamente, são cultivadas em pequenas propriedades.

A criação destes espaços teve uma participação paritária entre diversas instituições representativas da agricultura familiar e da sociedade civil. Um plano de gestão foi pensado para a CECAF, por um comitê formado por entidades atuantes na área da extensão rural entre as quais se destacam a Federação Nacional da Agricultura

(FETAPE) e a União Nacional das Cooperativas da Agricultura Familiar e Economia Solidária (UNICAFES).

Esse comitê previa privilegiar as cooperativas como intermediadores dessa comercialização que, historicamente, tem se revelado como um instrumento estratégico dos produtores para uma inserção mais competitiva no mercado. A CECAF foi organizada antes da UNICAFES despontar como a força institucional das cooperativas da agricultura familiar no estado, o que evidencia que a forte representatividade do cooperativismo e da organização comunitária, atualmente vinculada à figura da UNICAFES, não existia em tempos de gestão paritária da CECAF.

Nesse cenário, a gestão foi paulatinamente desmembrada entre algumas organizações, o que pode ter sido uma das motivações do enfraquecimento de cooperativas na gestão desse mercado. O incipiente protagonismo dos agricultores familiares na CECAF culminou na inclusão desse espaço entre as pautas de reivindicação do “Grito da Terra” de 2011, documento produzido pelos agricultores vinculados à Federação da Agricultura – FETAPE, apresentado ao Governo do Estado de Pernambuco.

Diferentemente da CECAF, a criação da Feira de Orgânicos envolveu uma participação mais prolongada de alguns órgãos estaduais vinculados à Secretaria de Agricultura do estado, organizações não governamentais (ONG) e movimentos rurais. Assim, o Serviço de Tecnologia Alternativa - SERTA, o Instituto Agrônomo de Pernambuco - IPA e a Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária de Pernambuco - ADAGRO atuaram na constituição inicial da Feira, convocando agricultores, assessorando na formação das OCS e na formação das tabelas de preços.

O CEASA-PE, por sua vez, tem mantido certa assiduidade na realização de reuniões com os agricultores para questionamento e solicitação do aumento da produção. Ainda, a entidade se faz presente em ambos os galpões, por meio de um monitoramento voltado para o uso das estruturas como a abertura, fechamento e pagamento das taxas envolvidas.

Atualmente, as associações rurais as quais os agricultores da CECAF e da Feira de Orgânicos estão vinculados estão voltadas ao atendimento das demandas de políticas públicas direcionadas para os territórios rurais e para a formação das Organizações de

Controle Social (OCS) no caso dos agricultores orgânicos. Pode-se afirmar que na Feira de Orgânicos houve um envolvimento mais estendido das organizações em comparação com a CECAF, mas essa participação também culminou na ausência de um acompanhamento sistemático.

A pesquisa empírica mostrou que a constituição da CECAF e da Feira de Orgânicos não foi suficiente para balizar a ocupação do CEASA-PE com a participação de cooperativas, associações e agricultores familiares frente à iniciativa privada e os múltiplos atravessadores que ali se faziam presentes. Nesse sentido, a CECAF e a Feira de Orgânicos têm sinalizado o desmantelamento das políticas públicas de extensão rural, dificultando uma inserção mais competitiva dos agricultores familiares pernambucanos nos diversos mercados, especialmente nessas instâncias de participação.

Os achados desta tese sugerem que a estabilidade da agricultura familiar nos mercados atacadistas brasileiros depende da participação de instituições que os representam, em espaços estratégicos de tomada de decisão regulatória deste comércio. A suposição é que, para esta agricultura familiar manter-se competitiva no universo da comercialização de produtos convencionais no CEASA-PE, precisaria manter as cooperativas e os circuitos curtos de comercialização, como forma de reduzir custos sociais e ambientais.

O estudo sinaliza que a estabilidade dos produtores no sistema atacadista pode depender da sua participação em campos específicos de poder pertinentes ao ambiente de construção das ordens locais que dão conta das situações de estabilidade para os permissionários. Então, além de dominar as operações comerciais, esse mercado requer que as instituições representativas da agricultura familiar ocupem posições mais privilegiadas nos espaços de reprodução das decisões.

Por sua vez, o cotidiano da comercialização da CECAF e na Feira de Orgânicos no CEASA-PE caracteriza-se conforme as dinâmicas locais de comercialização. Assim, há um conjunto de agricultores familiares que atuam como feirantes, fornecedores, intermediários, em interação com técnicos do entreposto e clientes. Essas dinâmicas comerciais dependem de trocas presenciais de informações sobre preço, volume e qualidade das mercadorias.

No decorrer deste trabalho, mostramos que as lógicas próprias dos agricultores se fazem presentes na condução das práticas comerciais. O conjunto de estratégias particulares, descritas pelos agricultores sobre a rotina de trabalho agrícola, se organiza no entorno do abastecimento do mercado. Em ambos os casos, há alimentos oriundos das unidades produtivas dos próprios agricultores. Nesse contexto, se utiliza um tempo social, que envolve a chegada e partida dos atores sociais com quem compartilham a rotina de trabalho na lavoura e na feira, com predominância de uma participação mais vinculada aos tempos de safra.

Na feira de orgânicos, as lógicas particulares são pertinentes à organização da diversidade de oferta, da manutenção de um tabelamento coletivo do preço, entre CEASA-PE e agricultores, bem como a organização coletiva de transporte para a logística. Outras lógicas são utilizadas para a formação dos preços para além da prática do tabelamento, entre as quais se destacou a precificação com base no tamanho dos alimentos, segundo os critérios particulares dos produtores. Essa prática se revelou, para alguns, como justificativa para a atribuição pessoal de mecanismos de concorrência de preço, em detrimento da tabela, enquanto na CECAF domina o esquema de precificação por livre concorrência pertinente aos mercados atacadistas, na sua amplitude. De outra forma, as lógicas próprias dos *agricultores comerciantes* são pertinentes às formas de lidar com os fatores condicionantes de eficiência e de redução do custo, enquanto a setorização da oferta segue os mecanismos externos, normatizados pelo CEASA-PE. Faz-se presente, nesse contexto, a figura do atravessador nos dois galpões, ainda que se admita que as inter-relações entre produtores e intermediários sejam completamente distintas nesses espaços.

Na Feira de orgânicos há um engajamento dos intermediários na construção da rastreabilidade dos produtos e da qualidade vinculada à procedência da produção ecológica, sobretudo, daqueles envolvidos com vendas de produtos certificados. Esse movimento favorece a entrada dos produtos em mercados que privilegiam os parâmetros de qualidade sustentável de FLV, ao mesmo tempo em que fortalece os vínculos da população urbana com populações rurais.

Na CECAF, por sua vez, o esquema dos atravessadores tem como o requisito mais importante dos negócios o acréscimo do preço pela possibilidade de sucessivos

atravessamentos dos produtos que se desenvolvem numa rede de trabalhadores no retalho dos produtos. Esta rede é composta por várias tipologias de especialistas em atravessar e negociar pequenos molhos de mercadorias.

Esse movimento de atravessamento cerca os *agricultores comerciantes* de estabilidade, levando-os a uma tendência à especialização produtiva como adequação às condições desta distribuição, em detrimento da diversificação nas lavouras de pequena escala. Ainda assim, essa configuração da CECAF desalinha-se dos propósitos inicialmente constituídos para este espaço, o que incide em uma perda de oportunidade de expandir-se aos novos parâmetros de qualidade territoriais e sustentáveis valorativos para as FLV, que por sua vez, estão incluídos entre os objetivos dos mercados atacadistas de quarta geração.

A logística de circulação de mercadorias que incluem os intermediários está carregada de particularidades na Feira de Orgânicos que vão além daquelas apresentadas acima. É o caso dos agricultores orgânicos que promovem a circulação das suas mercadorias em canais de distribuição fora do CEASA-PE por meio de uma circulação itinerante dos agricultores entre as feiras. A circulação entre feiras se revela como uma estratégia entre os produtores que não possuem uma grande escala de produção. Assim, se inserem em outros mercados por meio de uma participação contínua com o excedente da feira principal, o que se tornaria mais difícil sem uma ampliação significativa dos custos.

A escassez de água torna-se uma das principais razões na imposição de limites para esse investimento. Destacam-se também os trâmites e taxas para formalização de pessoa jurídica, o pagamento de auditoria das certificadoras bem como a confecção de rótulos e embalagens; condições indispensáveis para produtos certificados.

Vale destacar que os agricultores orgânicos apresentaram uma concepção sobre ganhos não monetários que também estão envolvidos na produção e venda de orgânicos. Nesse sentido, as falas das agricultoras e agricultores entrevistados evidenciam outra finalidade da agricultura orgânica, quando os negócios não pagam os custos da produção, e indicam um auto reconhecimento da segurança alimentar dos produtores, que se traduz no seu protagonismo enquanto produtores de alimentos sem veneno.

Alguns métodos criados pelos agricultores permitem a estabilidade dos mesmos na comercialização na Feira de orgânicos. Assim, destaca-se o exame dos produtos ofertados em outras barracas. Isso permite aos agricultores expandir as possibilidades de vendas, selecionando os itens menos ofertados entre os demais feirantes durante a feira.

A escolha em ofertar produtos secos também se revelou como estratégia de substituição ou de diversificação dos produtos ofertados. Identificamos que há um mecanismo de precificação que pode oscilar entre o preço mínimo e o preço máximo, conforme a qualidade e a quantidade dos produtos. A barganha mostrou-se como um ato negativo, semelhante a uma quebra de confiança, criando uma desigualdade na proximidade dos valores das ofertas na feira. A capacidade de ressaltar os aspectos ambientais, territoriais, durabilidade e compará-los com o convencional constitui o conjunto de argumentos apresentados pelos feirantes para a justificação dos preços tabelados.

Os resultados do estudo apontam também que os parentes desempenham um importante papel na divisão do trabalho, revelando uma relação intrínseca entre a manutenção da feira e a participação familiar. Vale destacar que, ainda que numericamente inferiores, as mulheres se mostraram como protagonistas e cruciais para o desenvolvimento de algumas práticas, com destaque para o atendimento ao cliente, a manipulação de produtos de origem animal (de pequeno porte) e aqueles que envolvem algum tipo de beneficiamento. Nesse sentido, a expansão de feiras tem reforçado o reconhecimento da importância das práticas destinadas à criação de pequenos animais para abate e consumo como contribuição das mulheres nas feiras.

Por fim, como foi observado no estudo empírico, a gravidade da pandemia COVID-19 trouxe à tona, em 2020, o dilema social da logística da grande circulação de mercadorias e evidenciou o protagonismo da agricultura familiar como produtora de alimentos saudáveis, em especial as FLV. Seus desdobramentos globais em torno da mobilidade de pessoas e mercadorias acenderam um alerta sobre a importância das redes de abastecimento alimentar protagonizadas pela agricultura familiar, em tempos de crise.

Considerado como serviços essenciais, o sistema atacadista manteve-se com as suas Centrais abertas, mas o impedimento de contato social (*lockdown*) em restaurantes e cozinhas na pandemia da COVID-19 desdobrou-se em uma iminente crise comercial para comerciantes e agricultores que tinham nesses setores seus principais clientes. Nesse contexto, a criação de estratégias digitais foi crucial para auxiliar o consumidor a se direcionar com mais facilidade na busca de produtos específicos. Não foi possível dizer se o serviço digital disponibilizado pelo CEASA-PE foi suficiente para promover comercialmente os agricultores entrevistados, haja vista que o dispositivo digital não informava os atributos locais da produção ou dos produtores.

Ressaltamos que, para a modalidade de venda virtual, o uso do *WhatsApp* foi acelerado pela crise sanitária da COVID – 19, tornando-se como um recurso comum nesta feira. Assim, outras as formas de comercialização se ampliaram durante a pandemia da COVID -19, redirecionando a comercialização para serviços de entrega, fortalecidos por meio da cooperação entre agricultores e consumidores.

Algumas falas das pessoas entrevistadas apontaram para uma resiliência dos agricultores familiares durante a pandemia. Resiliência que veio do esforço de manter-se presente na feira em tempos de isolamento social para não enfraquecer esse canal de comercialização. Seja com a incorporação do uso de métodos tecnológicos, transformando suas práticas em tempos de pandemia. Para a parte dos agricultores orgânicos que compõem o grupo de risco para a COVID-19, a queda no movimento teve sua face positiva, relacionada à diminuição da contaminação em contato com outros feirantes ou clientes.

Destaca-se que a própria condição de produtores de alimentos saudáveis deu o tom do protagonismo da agricultura familiar na Feira de orgânicos durante a pandemia. A coesão social entre consumidores e produtores também foi o motor deste comércio, levando ao entendimento por parte dos entrevistados de que a pandemia não afetou tanto esse setor.

Em relação à CECAF, a própria estrutura do galpão e disposição das bancadas, onde os feirantes trabalham por trás das bancas, foi uma forma de preservar os *agricultores comerciantes* do risco de contágio da COVID-19. Observamos que uma

reconfiguração desse lugar não seria tarefa fácil neste galpão, dada à histórica disputa que existe entre os comerciantes em torno das áreas desse galpão.

Os resultados do estudo sugerem que, para que os agricultores familiares tenham condições de oferecer FLV com preços e padrões compatíveis ao que o mercado almeja, sendo capaz, ao mesmo tempo, de gerar renda, faz-se necessária uma coordenação sistemática e pormenorizada, ou uma ampla governança, por parte desses agricultores, que inclua a produção, além da distribuição e da comercialização.

E também a de que, para além da perseguição da qualidade e da eficiência das operações produtivas e de comercialização, é o conjunto de atores coletivizados e instituições que contribuem efetivamente para a estabilização desse setor nas Centrais, bem como para redução dos seus custos. Nesse sentido, compreende-se que a estabilidade da agricultura familiar nos mercados atacadistas brasileiros depende da ocupação de seus representantes institucionais em espaços estratégicos nas tomadas de decisão.

Diante do que foi demonstrado, compreendemos que as estratégias encaminhadas por meio de uma aproximação institucional e pela realização de diálogos coletivos correspondem aos mecanismos de organização de mercados que estabilizam os agricultores familiares nas estruturas estudadas. Com efeito, o paulatino afastamento das instituições citadas nesta tese permitiu que a inserção da agricultura familiar no CEASA-PE fosse alcançada apenas parcialmente.

REFERÊNCIAS

ABRACEN. Associação Brasileira das Centrais de Abastecimento. **Plano de Abastecimento Alimentar Nacional**. Sem cidade, sem editora, 2007.

_____. **Plano de Modernização das Centrais de Abastecimento**. Sem cidade, sem editora, 2012.

_____. **Comercialização Total de Frutas e Hortaliças**. Sem cidade, sem editora, v 4. 2020.

ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do Capitalismo Agrário em Questão**. 3 ed, São Paulo:Edusp, 2007.

ALBUQUERQUE, P. J. G. **A embalagem como uma inovação no setor de distribuição de hortifrutícolas: o caso da CEASA-PE**. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural. Universidade Federal Rural de Pernambuco. UFRPE. 2012. Disponível em: <http://www.tede2.ufrpe.br:8080/tede2/handle/tede2/6853>. Acesso em: 15 fev. 2021.

ALBUQUERQUE, P. A. T. **COOPERATIVISMO E A CRIAÇÃO DE COMUNIDADES: UM ELO POSSÍVEL? A experiência da Cooperativa dos Produtores Rurais do Agreste de Pernambuco (Copag)**. Dissertação Mestrado em Extensão Rural e Desenvolvimento Local. Universidade Federal Rural de Pernambuco. UFRPE, 2014. Disponível em: http://www.posmex.ufrpe.br/sites/ww3.posmex.ufrpe.br/files/documentos/dissertacao_i_mprimir_oficial.pdf> Acesso em: 20 ago. 2021.

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DE PERNAMBUCO – ALEPE. **Decreto nº 50.433, de 15 de março de 2021**. Estabeleceu novas medidas restritivas para enfrentamento do novo Corona vírus.

_____. **Decreto 48.832 de março de 2020**. Define no âmbito socioeconômico medidas restritivas temporárias adicionais para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do Corona vírus.

_____. **Lei 12.506 de 2003**. Cria a Unidade Técnica Agência de Defesa e Fiscalização Agropecuária de Pernambuco - ADAGRO, e dá outras providências.

ALVES, P. D. E; SILVA, R. M. F; BEZERRA, A. C; PEREIRA, G. R; SILVA. F. C. C; FARIAS, V. F.; MUSSER, R. S. Feira de Produtos Orgânicos da CEASA-PE: uma visão do consumidor. **JEPEX**, 2013. Disponível em:< <http://www.eventosufrpe.com.br/2013/cd/resumos/r0087-1.pdf>>. Acesso em 18 mar.

2020.

AQUINO, J.R.; SCHNEIDER, S. **O Pronaf e o desenvolvimento rural brasileiro: avanços, contradições e desafios para o futuro**. Em In: Grisa, C, Schneider, S. (Org). Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015. Disponível em https://www.academia.edu/download/54033423/2017_Estoques_reguladores_Cunha_e_Belik_Encontro_Sober_2017.pdf. Acesso em: 20 out. 2020.

ARAÚJO, A.O. O Centro de Abastecimento de Feira de Santana (BA) Visto Através do Comércio de Feijão. **Sitientibus**, n. 41, 2009. Disponível em: <http://periodicos.uefs.br/index.php/sitientibus/article/download/7564/6277>. Acesso em: 19 out. 2019.

AUBIN, L.; CAVALCANTI, J. S. B. Das origens da agricultura ao antropoceno. O lugar e os desafios da agroecologia. Em: Cavalcanti, J. S. B; Butto, A; Aubin, L. (Organizadores). **Globalização, segurança alimentar, feminismo e agroecologia**. Brasília CNPq; – São Paulo: Annablume, 2022.

BARBOSA, A. C.F. **Base do negócio é a confiança: formação de sociabilidades e vínculos mercantis no Mercado do Produtor de Juazeiro/BA**, Dissertação de Mestrado em Sociologia. Universidade Federal de Pernambuco. UFPE. 2004. Disponível em: https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/9880/1/arquivo9381_1.pdf. Acesso em: 19 out. 2019.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUER M. W, GASKELL; G. ALLUM, N.C. **Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento - Evitando confusões** In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

BELIK, W. **Muito além da porteira: mudanças nas formas de coordenação da cadeia agroalimentar no Brasil**. Campinas: Unicamp/IE, 1999.

_____. Supermercados e produtores: Limites, possibilidades e desafios. **Anais do XII Congresso Brasileiro de Sociologia**. Belo Horizonte. 2005. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Walter-Belik-2/publication/228435531_Supermercados_e_produtores_limites_possibilidades_e_desafios/links/58a5c59192851cf0e39bf4a8/Supermercados-e-produtores-limites-possibilidades-e-desafios.pdf> Acesso em 21 mar. 2021.

_____. Agricultura, concentração no setor da comercialização e novos espaços

para a distribuição de produtos frescos. **Revista Economia Ensaios**, v. 22, n. 1, p. 841-862, 2007. Disponível em <https://seer.ufu.br/index.php/revistaeconomiaensaios/article/view/1573/1392> . Acesso em 21 mar. 2021.

_____. A Heterogeneidade e suas Implicações para as Políticas Públicas no Rural Brasileiro. **RESR**, Piracicaba-SP, Vol. 53, Nº 01. Jan/Mar 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/JDwvZQMWjMJGBL99hjtTW6F/?format=html>. Acesso em 21 mar. 2021.

_____. Os limites para a expansão dos mercados locais. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. p. 183-205, 2016.

_____. **Um retrato do sistema alimentar brasileiro e suas contradições**. Instituto de Manejo e Certificação Florestal e Agrícola-Imaflora, São Paulo, 2020. Disponível em: https://www.ibirapitanga.org.br/wp-content/uploads/2020/10/UmRetratoSistemaAlimentarBrasileiro_%C6%92_14.10.2020.pdf . Acesso em 21 jun 2021.

_____. Sustainability and food security after COVID-19: relocalizing food systems? **Agricultural and Food Economics**. 2020. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40100-020-00167-z>. Acesso em 21 mar. 2021.

_____. CUNHA, A. R. A. Abastecimento no Brasil: o desafio de alimentar as cidades e promover o Desenvolvimento Rural. In: Grisa, C, Schneider, S. (Org). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015. Disponível em https://www.academia.edu/download/54033423/2017_Estoques_reguladores_Cunha_e_Belik_Encontro_Sober_2017.pdf. Acesso em: 20 out. 2020.

_____. **Equipamentos Públicos de Abastecimento Alimentar no Brasil: trajetória e desafios**. Em: Abastecimento alimentar e mercados institucionais. Org. Julian Perez-Cassarino et al. Chapecó: Ed. UFFS; Praia, Cabo Verde: UNICV, 2018.

_____, GRAZIANO DA SILVA, J. TAKAGI, M. 2001. Políticas de combate à fome no Brasil. São Paulo **Perspec**. 15 (4) Dez 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/nWXBS3LYccnQHjCbTgq6HHB/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 20 out. 2020.

_____. PAULILO, L. F.; VAN, C. E. F. A emergência dos conselhos setoriais na agroindústria brasileira: gênese de uma governança mais ampla?. **RESR**, v. 50. 2012.

Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/resr/a/fDknCK74v8zRy6kPx9SJKfn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 18 dez. 2021.

BRANDÃO, J. B.; SCHNEIDER, S.; ZEN, H. D.; SILVA, G. P. Os mercados de hortifrúti em Santa Maria (RS) - um estudo sobre os tipos de produtores e os canais de comercialização. **Redes. Revista do Desenvolvimento Regional**, v. 25, n. 2, p. 433-460, 2020. Disponível em:

<https://www.redalyc.org/journal/5520/552064726003/552064726003.pdf>. Acesso em 21 mar. 2021.

BRASIL. **Lei 9.972/2000**. Institui a classificação de produtos vegetais, subprodutos e resíduos de valor econômico, e dá outras providências. Disponível em: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjlnL6XqZz7AhUMr5UCHQvxD7lQFnoECAwQAaw&url=https%3A%2F%2Fwww.planalto.gov.br%2Fccivil_03%2Fleis%2F19972.htm&usg=AOvVaw0_ShjaccsfFj0_uw-XbsA. Acesso em: 21 ago. 2021.

_____ **Lei 10.831/2003**. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Disponível em:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiOnbajqZz7AhX_rJUCHcfYB3sQFnoECAsQAQ&url=http%3A%2F%2Fwww.planalto.gov.br%2Fccivil_03%2Fleis%2F2003%2F10.831.htm&usg=AOvVaw3Y7A_6hv6G-PN-7w9WWrLh. Acesso em: 21 ago. 2021.

_____ **Lei 11.326/ 2006**. Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em <www.planalto.gov.br/ccivil_03/Ato2004-2006/2006/Lei/L11326.htm>. Acesso em: 21 ago 2021.

_____ **Portaria 339/2014**. Promove o desenvolvimento continuado da base de dados estatísticos do PROHORT entre outras providências. Disponível em:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj22uStqJz7AhVnqpUCHTfLBIAQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.conab.gov.br%2Fimages%2Farquivos%2Fprohort%2FPortaria_339-2014.pdf&usg=AOvVaw236VH3p7WUOFkSEsU8aJm3. Acesso em: 21 ago. 2021.

_____ **Lei 16.320/2018**. Regulamenta as feiras agroecológicas e orgânicas e é adequada às características locais dos agricultores. Disponível em:

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjZmtK9qZz7AhV4g5UCHUtEAtwQFnoECAkQAQ&url=http%3A%2F%2Flegis.alepe.pe.gov.br%2Ftexto.aspx%3Fid%3D37235&usg=AOvVaw1SlyVnUSi0ct0R>

QJWnjZDU. Acesso em: 21 ago. 2021.

_____ **IN 52/2020**. Estabelece o Regulamento Técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção e as listas de substâncias e práticas para o uso nos Sistemas Orgânicos de Produção. Disponível em <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/inspecao/produtos-vegetal/legislacao-1/biblioteca-de-normas-vinhos-e-bebidas/portaria-no-52-de-15-de-marco-de-2021.pdf/view>. Acesso em: 21 ago. 2021.

_____ **Lei nº 13.979/ 2020**. Institui as medidas para enfrentamento da emergência de saúde pública de importância internacional decorrente do *coronavírus*. Disponível em:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiB66_cqZz7AhVgSLgEHWnuDIIQFnoECAkQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.planalto.gov.br%2Fccivil_03%2F_ato2019-2022%2F2020%2FLei%2FL13979.htm&usq=AOvVaw0TtB5TRmnU1zngjp1L7jN.

Acesso em 15 ago. 2022.

BONANNO, A, WOLF, S. ***Resistance to neoliberal Agri-Food Regime: a critical analysis***. New York, Routledge, 2018.

BUSCH, L. *The moral economy of grades and standards*. **Journal of Rural Studies**, 16, pp. 273-283. 2000. Disponível em:

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0743016799000613>. Acesso em 18 ago. 2019.

_____ *Is resistance futile? How global agri-food attempts to co-opt the alternatives*. In: BONANNO, A.; WOLF, S. (Org). **Resistance to neoliberal Agri-Food Regime: a critical analysis**. New York, Routledge, 2018.

BUTTO, A., CAVALCANTI, J. S. B., AUBIN, L. SOUZA, T. M. E. As mulheres e as transformações agroalimentares. Em: Cavalcanti, J. S. B.; Butto, A.; Aubin, L. (Org) **Globalização, segurança alimentar, feminismo e agroecologia**. Brasília CNPq; – São Paulo: Annablume, 2022.

CALLOU, A. B. F.; TAUKE SANTOS; S. M. **Associativismo e desenvolvimento local**. Recife: Bagaço, p. 69-86, 2006.

CARNEIRO, M. J. Agricultores familiares e pluriatividade: tipologias e políticas. In: COSTA, L.F.C. (Org). **Mundo Rural e Tempo Presente**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

CASSOL, A; SCHNEIDER, S. A imersão social da economia em mercados alimentares brasileiros: uma abordagem institucionalista. **RESR**, v. 60, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.233766>. Acesso em 18 ago. 2022.

CAVALCANTE DE SÁ, G. F.; FANTUZZI, D.; VERAS. Análise comparativa de preço de alimentos convencionais e agroecológicos em Recife e Olinda/PE. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, n. 1, 2018.

CAVALCANTI J. S. B. Frutas para o mercado global. **Revista do Instituto de Estudos Avançados da USP**, São Paulo, v. 11, n. 29, p. 79-93. 1997. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/TFfJ9rnn5cDpqqGFpryxWtnN/?lang=pt>. Acesso em 21 jun. 2020.

_____. New challenges for the players in global agriculture and food. **International Journal of Sociology of Agriculture and Food**. v. 12, p. 29-36, 2004. Disponível em: <https://ijsaf.org/index.php/ijsaf/article/download/322/251>. Acesso em 21 jun. 2020.

_____. BUTTO, A; AUBIN, L. **Globalização, segurança alimentar, feminismo e agroecologia**. Brasília CNPq; – São Paulo: Annablume, 2022.

_____, DIAS, G. H. Cadeias globais de alimentos, redes de atores e qualidades na produção de frutas para exportação: elos entre Brasil e Alemanha. **Estudos de Sociologia**, Recife, Vol. 2 n. 21 279. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revsocio/article/download/235658/28561>. Acesso em 22 jun. 2020.

_____, WANDERLEY, M. N. B.; NIEDERLE, P. A. **Participação, território e cidadania: um olhar sobre a política de desenvolvimento territorial no Brasil**. Recife: Editora UFPE, 2014.

CENTRAL DE ABASTECIMENTO - CEASA- PE O/S. **Relatório técnico da implantação da Central de Comercialização da Agricultura familiar - CECAF**. Departamento Técnico – DETEC. 2008.

_____. **Regimento de mercado**. Acesso em 18 mar .2019: Disponível em: <<http://www.CEASape.org.br/>>.

CEPAL, FAO. Cómo evitar que la crisis del COVID-19 se transforme en una crisis alimentaria. **Informe COVID-19**, n. 8, 2020. Disponível em: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45702/4/S2000393_es.pdf. Acesso em 20 out 2021:

CONAB – Companhia Nacional de Abastecimento. **Diagnóstico dos mercados atacadistas de hortigranjeiros**. Brasília: Prohort, 2009.

_____ **Comercialização Total de Frutas e Hortaliças**. Brasília: Prohort, Vol. 5. 2021

_____ **Centrais de Abastecimento: Comercialização total de frutas e hortaliças**, Brasília, DF, v. 5, 2022.

CORDEIRO, M. C.; LINO, L. S., MARUJO, G. COVID-19 and the fragility of Brazilian small farming resilience. **Brazilian Journal of Operations & Production Management**. V. 18, n. 2, p. 1-14, 2021. Disponível em: <https://bjopm.org.br/bjopm/article/view/1154>. Acesso em: 24 março 2022.

CUNHA, A.R.A.A. **Os paradigmas de uma gestão participativa: a importância das alianças estratégicas para a sustentabilidade dos mercados**. In: CONFERÊNCIA MUNDIAL DE MERCADOS ATACADISTAS, 2006, São Paulo. Anais [...] São Paulo: WUWM, 2006. p. 1-16. Disponível em: http://www.CEASA.mg.gov.br/informacoesmercado/artigos/altivo_port.pdf. Acesso em: 23 ago 2019.

_____ Qual a ruralidade das CEASAS. Evidências sobre a inserção da agricultura familiar nas Centrais de abastecimento brasileiras. **51º Encontro da Sober**. Belém, PA. p.1-21, 2013. Disponível em: <http://www.teiatecnologiaaplicada.com.br/publicacoes/201301.pdf>>. Acesso em: 15 fev. 2020.

_____ **Las centrales mayoristas de abasto y los circuitos cortos en America Latina**. In: CEPAL/FAO. Agricultura familiar y circuitos cortos: nuevos esquemas de producción, comercialización y nutrición. 2014. Serie Seminarios y Conferencias. Disponível em: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44258/S2014307_es.pdf. Acesso em: 15 fev. 2020.

_____. Dimensionando “o passeio das mercadorias”: uma análise através dos dados do Prohort. **Revista de Política Agrícola**, Ano XXIV. No 4. Pg 55-63. 2015. Disponível em: <https://seer.sede.embrapa.br/index.php/RPA/article/viewFile/1055/980>. Acesso em: 15 fev. 2020.

_____ Abastecimento alimentar: a superação do padrão Velho–Obsoleto para o Novo-Ancestral. In: SCHNEIDER, S.; CRUZ, F. T.; MATTE, A. **Alimentos para produtores e consumidores: conectando novas estratégias de abastecimento de alimentos**. Porto Alegre: Editora da UFRGS Serie Estudos Rurais. p. 54-70. 2015.

_____, BELIK, W. A produção agrícola e a atuação das Centrais de Abastecimento no Brasil. **Segurança Alimentar e Nutricional**, Campinas, 19.1: 46-59,

2012. Disponível

em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/download/8634668/2587>.

Acesso em: 15 fev. 2021.

_____. Abastecimento no Brasil: o desafio de alimentar as cidades e promover o Desenvolvimento Rural. In: Grisa, C, Schneider, S. (org). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil** / Porto Alegre: Editora da UFRGS. 624 p. 2015.

_____, CAMPOS, J.B. Supermercados famintos, mercados locais resistentes: a dinâmica latino-americana e o comportamento do mercado brasileiro. **56º Congresso Sober**, Unicamp. 2018. Disponível em:

<https://seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/57371>. Acesso em: 12 maio 2021.

_____. Mercados atacadistas de quarta geração. **AGROANALYSIS**. 2018. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br>. Acesso em: 12 maio 2021.

DAROLT, M.R., ROVER, J.O. **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis, SC: Estúdio Semprelo, 2021.

DEL GROSSI, M. Efeitos crise COVID: análise nacional e agricultura familiar. Centro de Gestão da Agricultura Familiar e Inovação. **CEGAFI/UnB**. Informativo julho, 2020.

Disponível em:

<https://www.epsjv.fiocruz.br/sites/default/files/files/del%20grossi%20agricultura%20familiar.pdf>. Acesso em: 19 abril 2022.

DEL GROSSI, M. FLORIDO, A. C. S.; RODRIGUES, L. F. P.; OLIVEIRA, M. S.

Comunicação de pesquisa: delimitando a agricultura familiar nos censos agropecuários brasileiros. **NECAT-Revista do Núcleo de Estudos de Economia Catarinense**, v. 8, n. 16, p. 40-45, 2019. Disponível em:

<https://www.nexos.ufsc.br/index.php/revistanecat/article/download/4315/3243>. Acesso em: 19 abril. 2022.

DE LA PEÑA GARCÍA, A.; ZIMMERMANN, S.A.; ELEUTERIO, A.A. Food supply chains, family farming, and food policies under the COVID-19 pandemic in a Brazilian city. **Human Organization**, v. 79, n. 4, p. 323-332, 2020.

EUGÊNIO, A. C. **Participação e caracterização da agricultura familiar na pedra do produtor da CEASA-GO**. 2018. 110 f. Dissertação (Mestrado em Agronegócio) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2018.

FÁVERO, L. A. Novas formas de coordenação das atividades de abastecimento nos mercados atacadistas de frutas e hortaliças da América Latina. **Congresso da SOBER**. 2005. Disponível em: <<http://www.sober.org.br/palestra/2/1026.pdf>>. Acesso em: 16 jul 2021.

FAO-FLAMA. **Wholesale markets: action against COVID-19**. 2020. Disponível em: <http://www.fao.org/americas/publicacionesaudiovideo/COVID19-y-sistemas-alimentarios/boletines-fao-flama/en/>. Acesso em: 11 ago 2021.

_____. **Una evaluación de los mercados mayoristas de alimentos en América Latina y el Caribe: el desafío de dar salida a la producción y alimentar a las ciudades**. Santiago. 2020. Disponível em: https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjC046Oq5z7AhWhqpUCHSVAAZ4QFnoECBAQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.fao.org%2F3%2Fcb1130es%2FCB1130ES.pdf&usq=AOvVaw2AejZbfw9mH58UP3_IxKih. Acesso em: 11 ago 2021.

_____. **Mercados mayoristas: Frente al COVID-19 Boletín 1**. 2020. Disponível em: <http://www.fao.org/americas/publicacionesaudiovideo/COVID19-y-sistemas-alimentarios/boletines-fao-flama/en/>. Acesso em: 18 set 2021.

_____. **Mercados mayoristas: Frente al COVID-19 Boletín 2**. 2020. Disponível em: <http://www.fao.org/americas/publicacionesaudiovideo/COVID19-y-sistemas-alimentarios/boletines-fao-flama/en/>. Acesso em: 18 jun. 2021.

_____. **Mercados mayoristas: Frente al COVID-19 Boletín 3**. 2020. Santiago, FAO Disponível em: <http://www.fao.org/americas/publicacionesaudiovideo/COVID19-y-sistemas-alimentarios/boletines-fao-flama/en/>. Acesso em: 18 set. 2021:

_____. **Mercados mayoristas: Frente al COVID-19 Boletín 4**. 2020 Disponível em: <http://www.fao.org/americas/publicacionesaudiovideo/COVID19-y-sistemas-alimentarios/boletines-fao-flama/en/>. Acesso em: 18 set. 2021:

_____. **Mercados mayoristas: Frente al COVID-19 Boletín 5**. 2020. Disponível em: <http://www.fao.org/americas/publicacionesaudiovideo/COVID19-y-sistemas-alimentarios/boletines-fao-flama/en/>. Acesso em: 18 set. 2021:

_____. **La economía circular y los mercados mayoristas de alimentos Boletín 7**. 2020. Disponível em: <http://www.fao.org/americas/publicacionesaudiovideo/COVID19-y-sistemas-alimentarios/boletines-fao-flama/en/>. Acesso em: 18 set. 2021:

FAVARETO, E. Prefacio. Em Niederle, P. Schneider, S., Cassol, A. **Mercados alimentares digitais: inclusão produtiva, cooperativismo e políticas públicas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2021.

FERREIRA, L. R. Assistência Técnica Rural: o caso da Sociedade Nordestina de Ecologia em Pernambuco. **Revista Terra & Cultura: Cadernos de Ensino e Pesquisa**, v. 36, n. 71, p. 66-82, 2020. Disponível em:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjG_ei2rJz7AhWjrJUCHYtHCoEQFnoECA4QAQ&url=http%3A%2F%2Fperiodicos.unifil.br%2Findex.php%2FRevistateste%2Farticle%2Fview%2F1207&usg=AOvVaw0Ubd3jc8x9-Q_cdi8wRJOI. Acesso em: 18 set. 2021.

FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES RURAIS DE PERNAMBUCO- FETAPE. **Grito da terra – PE**. 2011. Disponível em:

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwjv3ozNrJz7AhXtu5UCHXLcARMQFnoECA8QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.fetape.org.br%2Fimagens%2Fdocumentos%2Fpauta_final.pdf&usg=AOvVaw3n-wGKIEWYDfQVAk5dPV7D. Acesso em: 18 set. 2021.

FLIGSTEIN, N. Markets as politics: A political-cultural approach to market institutions. **American sociological review**, p. 656-673, 1996. Acesso em: 5 jan. 2020: Disponível em: < <https://www.jstor.org/stable/2096398>>

_____. Habilidade social e a teoria dos campos. **Revista de Administração de Empresas**, v. 47, p. 61-80, 2007. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rae/a/mFCGQCNDfK6msT5bRK6Fsg/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 5 jan. 2020.

FUTEMMA, C. TOURNE, D. C. M., ANDRADE, F. A. V. A pandemia da COVID-19 e os pequenos produtores rurais: superar ou sucumbir?. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. **Ciências Humanas**, v. 16, 2021. Disponível em:<

<https://www.scielo.br/j/bgoeldi/a/wVG8tdPZQjDgspphx7sVJYN/#:~:text=Entretanto%2C%20conseguiram%20superar%20alguns%20dos,do%20suporte%20de%20pol%C3%A Dticas%20p%C3%BAblicas.>>. Acesso em: 5 jan. 2022.

GALANAKIS, C.M. Os sistemas alimentares na era da crise pandêmica do coronavírus (COVID-19). **Alimentos**, v. 9, n. 4, pág. 523, 2020. Disponível em:

<https://www.mdpi.com/697454>. Acesso em: 5 jan. 2022.

GARCIA JÚNIOR, **O Sul: caminho do roçado: estratégias de reprodução camponesa e transformação social**. São Paulo: Marco Zero, 1989.

GARCIA-PARPET, M. F. Feira e trabalhadores Rurais: as feiras do Brejo e do Agreste Paraibano. Tese de doutorado em Antropologia Social. Rio de Janeiro: Museu Nacional, 1984.

_____ A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-Sologne. **Estudos sociedade e agricultura**, 2003. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/229>. Acesso em: 18 març 2019.

GAZOLLA, M.; RUFINO, A, J. Reinvenção dos mercados da agricultura familiar no Brasil: a novidade dos sites e plataformas digitais de comercialização em tempos de COVID-19. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 29, n. 2, 2021. Disponível em: <https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/esa29-2_08_reinvencao#:~:text=O%20trabalho%20mostra%20que%20os,ecol%C3%B3gicos%20com%20atributos%20de%20qualifica%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 18 set .2021:

GELBCKE, D. L.; SILVA, C. A.; ROVER, O. J. Formas de coordenação em circuitos de abastecimento de alimentos orgânicos na grande Florianópolis. Em: Darolt, M.R.; Rover, J.O. **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis, SC: Estúdio Semprelo, 2021.

GOMES, D.S. **Análise da distribuição de frutas na CEASA de Juazeiro/BA (mercado do produtor) em 2020 com pandemia**. Trabalho de Conclusão de Curso de Agronomia. IF SERTÃO-PE. Campus Petrolina. 2022. <https://releia.ifsertao-pe.edu.br/jspui/bitstream/123456789/841/1/TCC%20-%20AN%C3%81LISE%20DA%20COMERCIALIZA%C3%87%C3%83O%20DE%20FRUTAS%20NA%20CEASA%20DE%20JUAZEIRO-BA%20%28MERCADO%20DO%20PRODUTOR%29%20EM%202020%20COM%20PANDEMIA.pdf>. Acesso em: 18 set. 2022.

GOODMAN, D. *Rethinking Food Production: Integrative Perspectives*. In: **Sociologia Ruralis**, Vol 42, Number 4, October, 2002. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1467-9523.00216>. Acesso em: 18 set. 2021.

GREEN, R., SCHALLER, B. *Mercados Mayoristas el inicio de una nueva era?* **Distribución y Consumo**, 72 (13), 23-37. 2003. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=760728>. Acesso em: 25 abril. 2020.

GRISA, C. NIEDERLE, P. A., LE COQ, J. F., CRAVIOTTI, C., BORRAS, G., RUIZ DIAZ, D. C. ALBARRACIN, J. *Las políticas alimentarias y la politización de la alimentación: la experiencia latinoamericana*. 2021. Cap. 1, p. 29-79. Disponível em:

<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/236390/001132197.pdf?sequence=1>. Acesso em: 03 dez 2021.

_____. SCHNEIDER, S. Três gerações de políticas públicas para a agricultura familiar e formas de interação entre sociedade e estado no Brasil. **Revista de economia e sociologia rural**, v. 52, p. 125-146, 2014.

_____. (Org). **Políticas públicas de desenvolvimento rural no Brasil**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2015. Disponível em https://www.academia.edu/download/54033423/2017_Estoques_reguladores_Cunha_e_Belik_Encontro_Sober_2017.pdf. Acesso em: 20 out. 2020.

HEREDIA, B. **A morada da vida: trabalho familiar de pequenos produtores do Nordeste do Brasil**. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979.

LEÃO, E. L. S. **A constituição de um ethos dos produtores familiares de feiras agroecológicas de Recife-PE**. 2019. Tese de Doutorado, PPGG/UFPE. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/36809>. Acesso em: 03 dez 2019.

LIMA, A.F.; GODINHO, R.G. Rastreamento da Cadeia Hortifrutigranjeira a partir da rede de Supermercados Bretas em Goiânia. **Boletim Goiano de Geografia**, v. 28, n. 1, p. 189-196, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/3371/337127149012.pdf>. Acesso em: 03 dez 2021.

LIRA E SILVA, L. M.; MOTA; M. J.V., SILVA, M. R.; BUTTO, A.; CAVALCANTI, J. S. B; AUBIN, L. COSTA, A. M; TORRES, R.; SOUZA, T. M. E. A ação coletiva das mulheres rurais no agreste e no sertão de Pernambuco: diálogos entrelaçados sobre saberes e temas da pesquisa. Em: Organizadores: Cavalcanti, J. S. B. Salete Barbosa Cavalcanti, Butto, A, Aubin, L. **Globalização, segurança alimentar, feminismo e agroecologia**. Brasília CNPq; – São Paulo: Annablume, 2022.

LOURENZANI, A.E.B.S.; SILVA, A.L. **Ações coletivas envolvendo pequenos produtores: da exclusão à inclusão nos mercados**. Revista Extensão Rural, DEAER/Cpgexr – CCR – UFSM, Ano XIII, Jan – Dez. 2006.

MACHADO, M. D. **Canais de distribuição para produtos da agricultura familiar: um estudo em hortaliças**. Dissertação de mestrado UFSCAR. 2004.

MALUF, R S.; LUZ, L. F. Sistemas alimentares descentralizados: um enfoque de abastecimento na perspectiva da soberania e segurança alimentar e nutricional. In: **Questões Agrárias, Agrícolas e Rurais: Conjunturas e políticas públicas**. Rio de Janeiro, E-papers Serviços Editoriais Ltda, p. 95-105, 2017.

MARSDEN, BANKS, J; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia ruralis**, v. 40, n. 4, p. 424-438, 2000. Acesso em: 15 abr. 2020. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/1467-9523.00158>.

_____; T. H. HEBINCK, P; MATHJIS, E. Re-building food systems: embedding assemblages, infrastructures and reflexive governance for food systems transformations in Europe. **Food Security**, v. 10, n. 6, p. 1301-1309, 2018. Acesso em: 15 abr. 2020. Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12571-018-0870-8>

MAYORGA, R. O. Análise de transmissão de preços do mercado atacadista de melão do Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 45, n. 3, p. 675-704, 2007.

Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/resr/a/MGFNKKxT5svsPr3kFw5dMvN/?format=html>. Acesso em: 1 abr. 2020.

MAZON, M. **Abastecimento alimentar no Brasil e as reformas liberalizantes**. Estado e mercado em questão. Tese. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política. UFSC. Florianópolis. 2010.

MAZZONI, A. L. **Influência da Central de Embalagens do Centro de Abastecimento de Pernambuco (CEASA-PE) na comercialização de frutas e legumes**. 2014. 67 f. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Administração e Desenvolvimento Rural - Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife. Disponível em: <http://www.tede2.ufrpe.br:8080/tede2/handle/tede2/4438>. Acesso em: 13 março de 2019.

MELO, S. P. **Trajatórias de proximidade, redes e feiras: as práticas de agricultores familiares feirantes em Água Branca e Delmiro Gouveia, Alagoas**. Tese de

Doutorado, PPGG/UFPE. 2012. Disponível em: <

<https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/11340>>. Acesso em: 13 jun 2019.

MELO, R.J.R. **Resgate histórico da Central de Capacitação e Comercialização da Agricultura Familiar no Distrito Federal e Entorno**. 2016. Disponível em:

https://bdm.unb.br/bitstream/10483/14163/1/2016_RayssaJayneRezendeMelo.pdf.

Acesso em: 13 março de 2019.

MORAES, J. G. **Agricultura familiar e mercados atacadistas: dinâmicas sociais da Central de Comercialização da Agricultura Familiar (Cecaf/CEASA) em Recife-Pernambuco**. Dissertação de mestrado. v. 57, p. 309-325, 2017. Disponível em: https://www.academia.edu/34464121/UNIVERSIDADE_FEDERAL_RURAL_DE_PERNAMBUCO_DEPARTAMENTO_DE_EDUCA%C3%87%C3%83O_PROGRAMA_DE_P%C3%93S_GRADUA%C3%87%C3%83O_EM_EXTENS%C3%83O_RURAL_E_DESEN

VOLVIMENTO LOCAL POSMEX CEASA E AGRICULTURA FAMILIAR din%C3%A2micas sociais da CECAF em Recife Pernambuco. Acesso em: 21 jun 2017.

_____; BALENSIFER, P. H.; PIRES, M. L. L. S. Agricultura Familiar e especificidades dos mercados atacadistas: O caso da CECAF/CEASA e Feira do feijão de Capoeiras–Pernambuco. **Revista Cadernos de Ciências Sociais da UFRPE**, v. 2, n. 13, p. 106-123, 2018. Disponível em: <https://www.journals.ufrpe.br/index.php/cadernosdecienciassociais/article/view/1868>. Acesso em: 24 ago 2019.

_____.; PIRES, M.L.LS. Agricultura familiar e mercados atacadistas: dinâmicas sociais da Central de Comercialização da Agricultura Familiar (Cecaf/CEASA) em Recife–Pernambuco. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 57, p. 309-325, 2019. Disponível em: Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/bKv6LxGKtydxqf9STZwnYKJ/abstract/?lang=pt>. Acesso em 22 abril 2020.

MORAIS, J.R.G. **FETAPE, ações coletivas e natureza: a questão do bioma caatinga de clima semiárido em Pernambuco**. 2020. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós Graduação em Sociologia PPGS, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Recife. <Disponível em: [https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/37891#:~:text=Os%20temas%20mais%20presentes%20nas,o%20semi%C3%A1rido%20\(recursos%20h%C3%ADdricos\).>](https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/37891#:~:text=Os%20temas%20mais%20presentes%20nas,o%20semi%C3%A1rido%20(recursos%20h%C3%ADdricos).>)> Acesso em: 13 abril 2022.

MOURÃO, I. R. **MANUAL I: Breve História do Sistema de CEASAS no Brasil (1960 a 2007)**. Relatório técnico. 2008. Disponível em: <www.CEASA.gov.br/publicações>. Acesso em: 15 maio 2019.

NASCIMENTO, W. G. **As Centrais Públicas de Abastecimento no Contexto da Globalização dos Alimentos. Entre as Mudanças na Forma de Atuação do Estado e o Fortalecimento dos Grandes Distribuidores: O Caso do CEASA-PE/O.S.** Dissertação de Mestrado. Programa de Pós Graduação em Sociologia PPGS, Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Recife, 2008. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/9350>. Acesso em: 12 dez. 2020.

NIEDERLE, P. A; RADOMSKY, G. F. W. Quem governa por dispositivos?: a produção das normas e padrões para os alimentos orgânicos no Brasil. **Tomo: revista do Núcleo de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais**. São Cristovão, SE. N. 30. 2017.

Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/tomo/article/view/6714>. Acesso em: 15 março de 2019

_____.; WESZ JR, W.J. **As novas ordens alimentares**. Editora da UFRGS, 2018.

_____.; SCHNEIDER, S.; CASSOL, A. **Mercados alimentares digitais: inclusão produtiva, cooperativismo e políticas públicas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2021. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/355680444_Mercados_Alimentares_Digitais_inclusao_produtiva_cooperativismo_e_politicas_publicas. Acesso em: 15 maio de 2022.

OLIVEIRA, M. C. C. **Agricultura familiar e cadeias curtas de alimentos: a formação de um Espaço de Reciprocidade na Feira Agroecológica de Casa Forte, Recife-PE**. Tese de Doutorado, Programa de Pós Graduação em Sociologia PPGS. Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, Recife. 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/39542>. Acesso em: 18 maio de 2022.

PEDREÑO CÁNOVAS, A. Efectos territoriales de la globalización: el caso de la ruralidad agroindustrial murciana. **Revista de Estudios Regionales**, n. 59, p. 69-96, 2001. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/755/75505903.pdf>. Acesso em 23 jun 2020.

PIRES, M. L. L. S. **O cooperativismo agrícola em questão. A trama das relações entre projeto e prática em cooperativas do nordeste do Brasil e do leste do Canadá (Québec)**. Recife: Massangana. 2004.

_____. Cooperativismo e dinâmicas produtivas em zonas desfavorecidas. O caso das pequenas cooperativas agrícolas do Sul da França. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 13, no 26. 2011. Disponível em <https://www.scielo.br/j/soc/a/sZJgvbkccRDZqQx7Q7czHQM/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 15 ago 2021.

_____. **Cooperativismo e globalização: artificialização da natureza e sofisticação dos alimentos**. Recife: EDUFRPE. 1 ed. 217 f. 2018

PREISS, P. V.; SCHNEIDER, S. **Sistemas alimentares no Século XXI**. debates contemporâneos. Editora da UFRGS, 2020.

PLOEG J. D. V. D. SCHNEIDER, S. Autonomia como um conceito político-econômico: Práticas camponesas e mercados aninhados. **Jornal da Mudança Agrária**, vol. 22. Ed. 3. 2022. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/joac.12482>. Acesso em 18 ago 2022.

PREISS, P. NAVARRO, R.S. WEBER, J.M. Abastecimento alimentar e COVID-19: uma análise das feiras no Vale do Rio Pardo-RS. *Segurança Alimentar e Nutricional*, v. 28, p. e021007-e021007, 2021. debates contemporâneos. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020. 360 p. Disponível em:

<https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/san/article/view/8661446>. Acesso em 15 SET 2022.

POLANYI, K. **A grande transformação: as origens políticas e econômicas do nosso tempo**. Lisboa: Edições, 2012.

REYES, C. **La función de los mercados mayoristas en los centros urbanos de Colombia**. FAO. 2009. Disponível em: <https://www.fao.org/3/as344s/as344s.pdf>. Acesso em: 18 ago 2019.

SABOURIN, E. **Camponeses do Brasil entre a troca mercantil e a reciprocidade**. 2009. Camponeses do Brasil entre a troca mercantil e a reciprocidade. 2009. hal-02840130. Disponível em: <https://hal.science/hal-02840130/file/Camponeses%20do%20Brasil%20Sabourin%202009.pdf>. Acesso em: 18 ago 2020.

SANTOS, R. F. **Dinâmica das transformações dos mercados finais de alimentos: uma análise dos mecanismos de coordenação e das estratégias concorrenciais na distribuição de frutas, legumes e verduras (FLV) em Aracaju/SE**. Tese UFPR. 2009. Disponível em: < <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/22566?show=full>>. Acesso em: 25 ago 2021.

SCHNEIDER, S. **Mercados e agricultura familiar. Construção de Mercados e Agricultura Familiar: desafios para o desenvolvimento rural**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, p. 93-140, 2016.

_____; AQUINO J. R. **Descaso e desafios da agricultura familiar produtora de alimentos para o mercado interno no Brasil**. Instituto Fome Zero (IFZ) - seção "Textos Inéditos & Urgentes". Disponível https://www.researchgate.net/publication/362345247_Descaso_e_desafios_da_agricultura_familiar_produtora_de_alimentos_para_o_mercado_interno_no_Brasil 18/07/2022. Acesso em: 18 ago 2022.

_____.; CASSOL, A., LEONARDI, A.; MARINHO, M. D. M. Os efeitos da pandemia da COVID-19 sobre o agronegócio e a alimentação. **Estudos Avançados**, v. 34, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ea/a/kQdC7V3Fxm8WXzvmY5rR3SP/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 27 set 2021.

SHINOHARA, N. K. S. CEASA-PE: Soberania Alimentar em Pernambuco. **Brazilian Journal of Development**, v. 6, n. 6 2020. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/viewFile/11317/9448>. Acesso em: 07 fev 2022.

SILVA, R. **A comercialização de produtos da CEASA-PE submetidos à central de embalagens: um estudo sob a ótica da economia dos custos de transação**. Dissertação. UFRPE Recife, 2013. 88. Disponível em: <https://www.lareferencia.info/vufind/Record/BR_778f8afefef578cbd2dfb10d474a912a>. Acesso em: 18 abr 2020.

SILVA, V. M. S. **As feiras de base agroecológica em Recife-Pernambuco: trocas de saberes, sabores e idéias administrativas**. 2016. Dissertação Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural e Desenvolvimento Local- Universidade Federal Rural de Pernambuco, Recife.

SILVA, R.M.F.; MARQUES, VITAL, T.W, MENELAU, R. D.A; Estruturas de governança no setor de laranja do Centro de abastecimento e logística de Pernambuco - CEASA-PE/O.S. **Congresso SOBER - Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural Santa Maria** - RS, 2017. Disponível em <https://www.brijd.com.br/index.php/BRJD/article/download/257/216>. Acesso em 18 ago 2020.

SILVA, W. SANTOS, ARAÚJO, G. J. **Educação ambiental e assistência técnica rural: um estudo sobre os agricultores de mandioca em Vitória de Santo Antão/PE**. SENAC. Disponível em <http://www.pe.senac.br/congresso/anais/2015/arquivos/pdf/comunicacao-oral/>>. Acesso em 18 abr 2021.

SOUZA, C. M. **Para além dos mecanismos de preço: a construção social do mercado 'espaço agroecológico das Graças '-Recife/PE**. Mestrado Universidade de Campina Grande, UFCG. 2012. 189. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/handle/riufcg/3833?locale-attribute=en>. Acesso em 27 jun 2021.

SWEDBERG, R., SMELSER, N.J. **The handbook of economic sociology**. Princeton/Nova York, Princeton University Press/Russel Sage Foundation, pp. 77-107. 2005.

VALADARES, A. A., ALVES, F., GALIZA, M.; SILVA, S. P. **Agricultura familiar e abastecimento alimentar no contexto da COVID-19: uma abordagem das ações públicas emergenciais**. 2020. Disponível em: <http://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/9996>. Acesso em 15 out. 2021.

VITERI, M. L. The Buenos Aires Central Wholesale Market (BACWN): A Case of Multiple Power. **The International Journal of Sociology of Agriculture and Food**, v. 16, n. 2, p. 54-69, 2009. Disponível em: <https://www.ijisaf.org/index.php/ijisaf/article/download/272/206>. Acesso em: 13 mar 2019.

_____. Fresh fruit and vegetables: a world of multiple interactions: the case of the Buenos Aires Central Wholesale Market (BACWM). **Wageningen University and Research**, 2010. Disponível em: <https://search.proquest.com/openview/c7d831b0f94adac454604713c6fda685/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>. Acesso em: 13 mar 2019.

_____; ARCE, A. Meaning and Negotiation of Quality around Fresh Fruit and vegetables, in Argentina. In: Chavdarova, T, Slavova, P. Stoeva., **S. Markets as Networks**, 2010. Disponível em: https://www.academia.edu/download/39750603/10_Book_Markets_as_Networks.pdf#page=79. Acesso em: 13 mar 2019.

WAQUIL, P. D. MIELE, M. SCHULTZ. **Mercados e comercialização de produtos agrícolas**. Rio Grande do Sul: Editora de Educação a Distância, 2010.

WANDERLEY, M. N. B. **O mundo rural como um espaço de vida: reflexões sobre a propriedade da terra, agricultura familiar e ruralidade**. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2009.

_____. **Um saber necessário: os estudos rurais no Brasil**. Editora Unicamp, 2011.

WEGNER, R. C., Y BELIK, W. Distribuição de hortifruti no Brasil: papel das Centrais de Abastecimento e dos supermercados. **Cuadernos de desarrollo rural**, 9 (69), 195-220. 2012. Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-14502012000200010. Acesso em: 13 mar 2018.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar**. UFRGS, 2008.

ZYLBERSZTAJN, D. **Estruturas de governança e coordenação do agribusiness: uma aplicação da nova economia das instituições**. Tese Livre Docente. Departamento de Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. Universidade de São Paulo, 1995.

APÊNDICE A - ROTEIRO PARA ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS DA FEIRA DE ORGÂNICOS

Data: ____/____/____

Nome e/ou apelido: _____

1. Qual seu município?
2. Qual o seu bairro/comunidade
3. Alguém na sua família era feirante antes de você?
4. Quais os atuais familiares trabalhando com você na comercialização?

Sobre a entrada neste mercado

1. Como iniciou a atividade de feirante de produtos orgânicos?
2. Como foi o processo de ocupação desse espaço onde você está hoje?

Sobre conhecimento/estratégias em torno da produção e comercialização

1. Fale-me sobre as atividades que são desempenhadas por você na produção dessas mercadorias:
2. Fale-me sobre as atividades que são desempenhadas por você aqui na feira:
3. Fale-me sobre as atividades que são desempenhadas por outras pessoas na produção dessas mercadorias e aqui na feira:
4. Como você decide a forma como expõe os produtos? Você aprendeu com alguém?
5. Quais são as regras do CEASA para participar desta feira?
6. Você vende a produção de outros agricultores? Como vende essa produção?
7. Como é sua negociação com os seus clientes?
8. Como você decide os preços da sua mercadoria?
9. Como você agrega valor aos seus produtos orgânicos e ao seu

serviço?

10. Quais informações sobre os produtos seus clientes buscam?

Sobre relações institucionais, articulação social e tomada de decisão

1. Você participa ou participou de alguma cooperativa, associação ou grupos da sua comunidade ou do CEASA-PE?
2. Como vocês se organizam para estabelecer regras aqui?
3. Como é a participação do CEASA-PE em outras instituições aqui na Feira? O que essas instituições controlam ou decidem?
4. Você já participou de alguma reunião no CEASA-PE?
5. Fale-me sobre assessoria que você recebe aqui e na sua comunidade para auxiliar na produção e na comercialização:
6. Como foi a criação da sua O.S e como ela contribui para o agricultor familiar ligado à CEASA-PE?

**APÊNDICE B - ROTEIRO PARA ENTREVISTAS SEMIESTRUTURADAS
(GESTORA DA UNICAFES E ABRACEN)**

Nome do/a entrevistador/a: _____

Data: ____/____/____

1. Fale sobre como o CECAF foi implantado:
2. Como e por que foi formado um comitê gestor?
3. Quais as atividades foram realizadas por este comitê gestor:
4. Na sua opinião, porque o CECAF não foi ocupado pelos agricultores para os quais ele foi destinado?
5. Atualmente como o CECAF está configurado?
6. Na sua opinião, o que deve ser feito para melhorar o CECAF no âmbito do fortalecimento da agricultura familiar?

Roteiro para entrevistas semiestruturadas sobre Pandemia (CECAF e Feira de orgânicos)

1. O que mudou com a quarentena em sua vida e em seu trabalho?
2. Como você passou a organizar sua bancada a partir da quarentena?
3. Você perdeu clientes? Se sim, que perfil de clientes se afastou durante a quarentena?
4. E o que você tem feito pra manter os seus clientes e atrair novos clientes nesse momento tão difícil?
5. Você calcula as perdas financeiras nesse período?
6. Até agora, o que você está achando das medidas o CEASA-PE está tomando?
7. O que esse novo contexto tende a mudar no CEASA-PE?
8. Quais suas expectativas sobre o futuro do seu comércio?

APÊNDICE C – QUADRO DE ASSOCIAÇÕES E COOPERATIVAS DOS PERMISSIONÁRIOS DA CECAF

Associações e Cooperativas	Município (PE)	Nº de integrantes
Associação do Sítio Limeira	Gravatá	1 agricultor produtor 1 agricultor comerciante
Associação do Assentamento Princesa de Gales		1 agricultor produtor
Associação do Assentamento Santo Antônio (AZA)		1 agricultor produtor
Associação do Assentamento das Fazendas Pau D'Arco e Manacá		1 agricultor produtor
Associação Cícero Gomes	Chã Grande	1 agricultor produtor
Associação dos Produtores de Graviola		1 agricultor produtor
Associação Sítio Palmeiras		4 agricultores comerciantes; 2 agricultores produtores
Associação Sítio dos Macacos		1 agricultor comerciante
Associação dos Agricultores de Serra Grande	Vitória de Santo Antão	1 comerciante parceiro* 1 agricultor produtor
Associação Rural de Pequenos Produtores de Figueira de		2 agricultores comerciantes; 1 agricultor produtor ;
Associação da Agricultura Familiar	Camaragibe	1 agricultor comerciante
Associação dos pequenos produtores rurais do Sítio Lajes	João Alfredo	1 agricultor produtor
Associação dos agricultores de Pombos	Pombos	1 comerciante parceiro* 1 agricultor comerciante
Associação da Fazenda Santa Maria	Passira	1 agricultor comerciante
Associação Chatinha de Baixo	Casinhas	1 agricultor comerciante
Outros estados do Nordeste		
COPEVIDA - Associação dos produtores da agricultura familiar margem do rio São Francisco - Projeto Araticum - Agrovila R8	Rodelas/BA	1 agricultora produtora
Associação Santa Lúcia	Araçagi/ PB	2 agricultores produtores
Associação dos Irrigantes	Boqueirão/PB	1 agricultor produtor

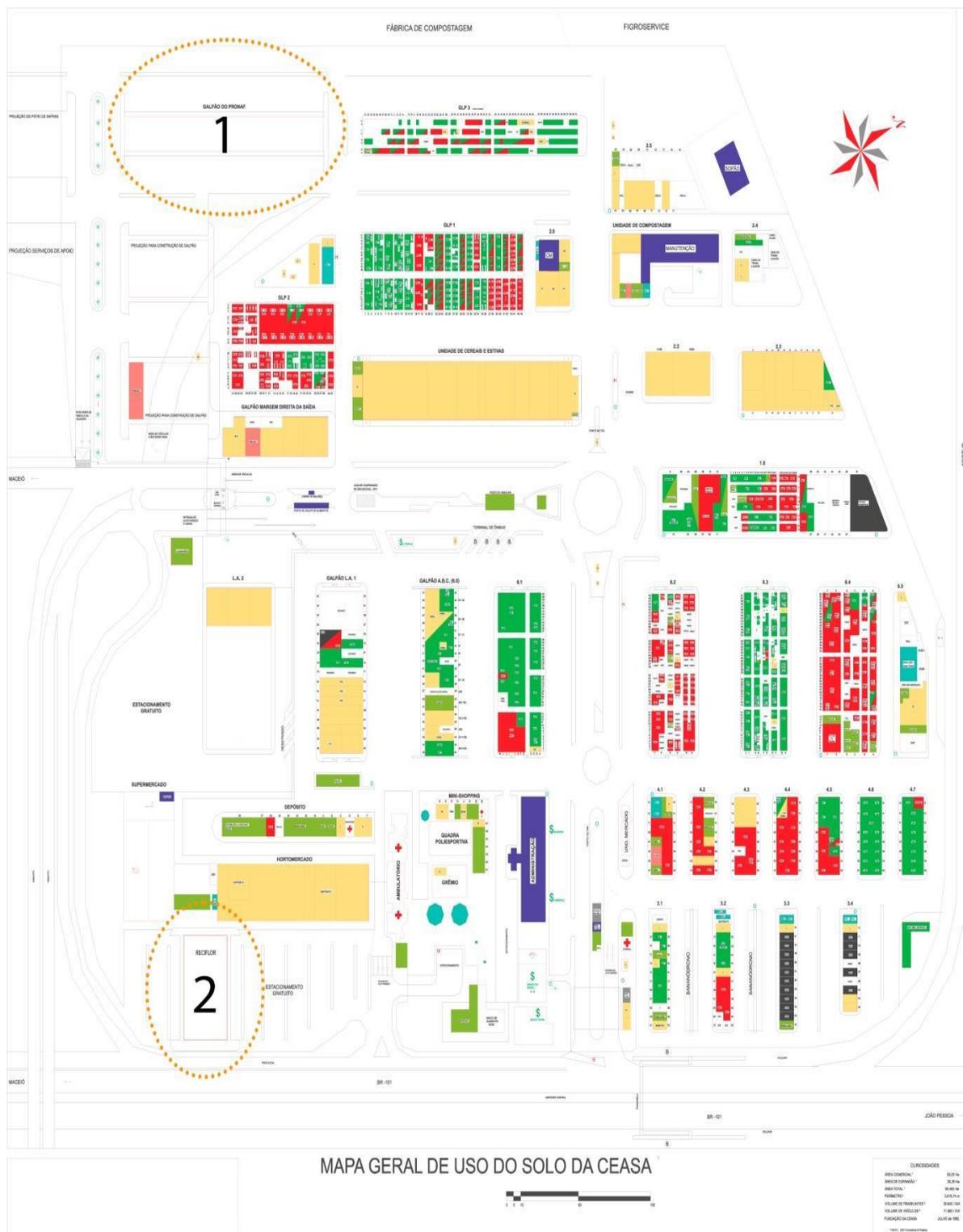
Fonte: Quadro elaborado pela autora baseado nos cadastros do CEASA/PE de 2016.

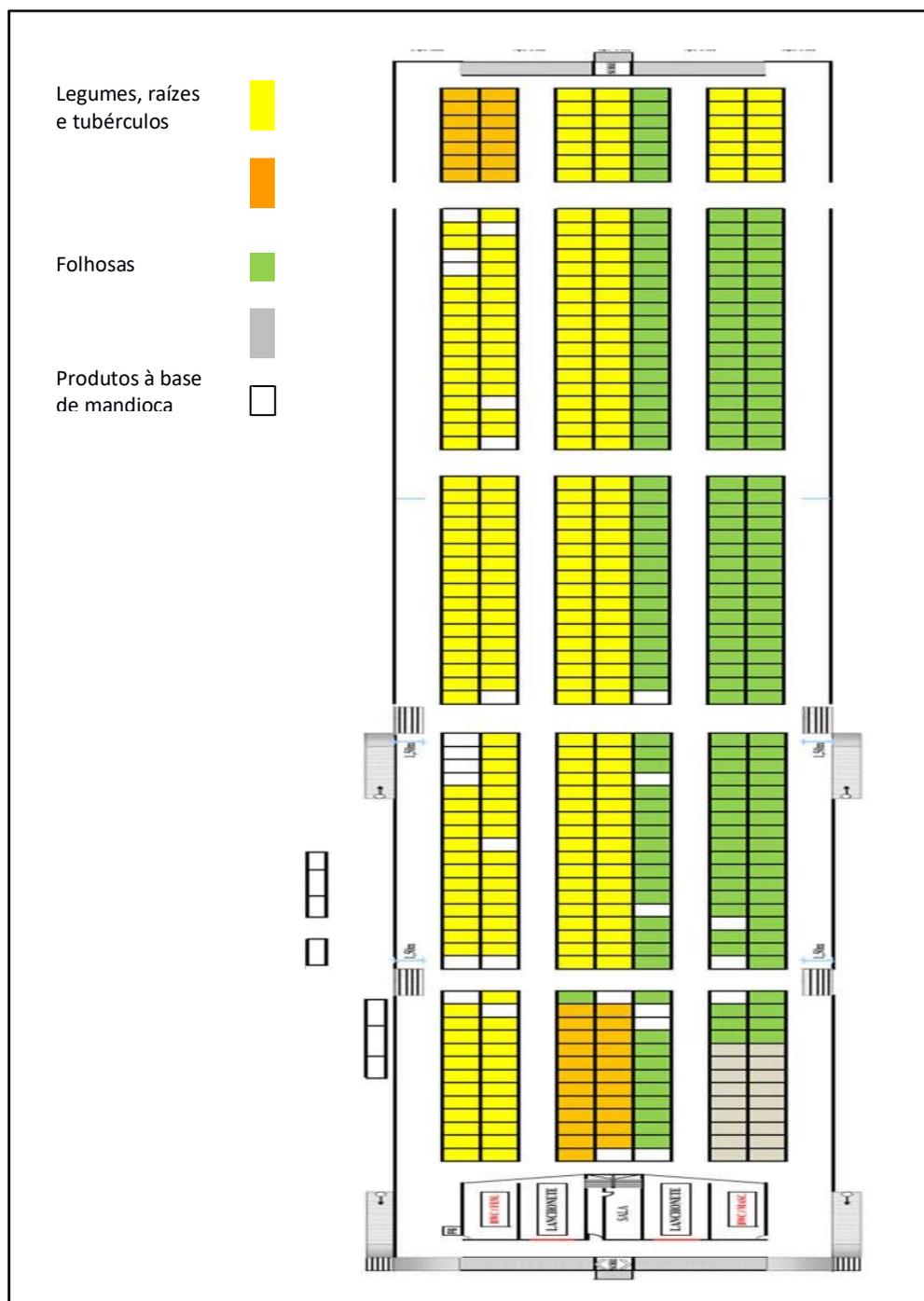
**APÊNDICE D - TABELA DA OFERTA DE PRODUTOS DOS AGRICULTORES
COMERCIANTES NA CECAF**

Produtos	Representatividade
Folhas, flores e hastes	
Acelga	75%
Alface	40%
Alecrim	100%
Agrião	60%
Arruda	100%
Almeirão	33%
Brócolis	57%
Cebolinha	40%
Couve Comum	56 %
Couve -flor	20%
Coentro	19%
Chicória	40%
Gengibre	25%
Escarola	25%
Hortelã	44%
Espinafre	44%
Manjericão	43%
Repolho	30%
Rúcula	50%
Salsa	40%
Frutos	
Abobrinha	50%
Berinjela	39%
Chuchu	42%
Fava	70%
Feijão Verde	33%
Jiló	39%
Jerimum	50%
Maxixe	47%
Pepino	34%
Pimenta	23%
Quiabo	49%
Rabanete	20%
Tomate	20%
Vagem	42%
Tubérculos e raízes	
Batata	20%
Batata doce	100%
Beterraba	28%
Cebola	50%
Cenoura	31%
Inhame	20%
Macaxeira	22%

Fonte: MORAES, 2017

ANEXO A - MAPA DO CEASA-PE COM GALPÕES RECIFLOR (1) E CECAF (2)



ANEXO B - SETORIZAÇÃO DAS FLV NA CECAF

Fonte: arquivo cedido pelo DETEC/ CEASA-PE

ANEXO C- REGIMENTO DE MERCADO DO CEASA-PE

Capítulo VI “Da Comercialização Dos Produtos Da Agricultura Familiar, Feiras De Orgânicos E Flores”.

Art. 15 – O espaço físico destinado à comercialização dos produtos oriundos da agricultura de base familiar, será regido por instrumentos normativos diferenciados; estes, através de Portarias Específicas para tal fim, preservando sempre a conjuntura de mercado do CEASA-PE/OS.

§ 1º - Os produtos autorizados à venda na Central de Comercialização da Agricultura Familiar

– CECAF, deverão constar numa relação que será expedida pela Presidência do CEASA- PE/OS., através de Portaria. Os produtos não autorizados serão expostos a venda em locais comercialmente adequados, seguindo os critérios estabelecidos para este fim.

§ 2º - Para melhor atender as demandas do mercado, a Diretoria poderá utilizar a CECAF, autorizando a terceiros a comercializar no local, mediante normas e procedimentos que não caracterizem reserva e ou uso definitivo do espaço.

Art. 16 – O CEASA-PE/OS poderá disponibilizar espaços físicos dentro de sua conveniência técnica e operacional, para a realização de feiras livres para exposição e vendas dos segmentos de flores e orgânicos dos agricultores familiares devidamente cadastrados e habilitados pelo Centro de Abastecimento.

§ 1º - O CEASA-PE/OS, por sua Diretoria, poderá cobrar tarifas sociais dos agricultores familiares usuários dos espaços nas feiras, cujos espaços e uso, em hipótese alguma, poderão ser considerados de exclusividade do feirante usuário, mesmo que reiteradamente por ele utilizado.

§ 2 – O Centro de Abastecimento, deverá se adequar e planejar de modo que esses espaços de uso possam ser utilizados pelos dois segmentos de feiras aqui mencionadas, já que deverão ser realizados em dias alternados.

§ 3º - Os produtos hortifrutigranjeiros orgânicos expostos a venda nas

feiras do CEASA- PE/OS, serão constantemente analisados e monitorados pelo CEASA-PE/OS, no que se refere à sua qualidade de organicidade, e sendo constatado qualquer indício de irregularidade, ou que determinado produto ali vendido não seja integralmente orgânico, o vendedor infrator será sumariamente excluído da feira, sem prejuízo de outras penalidades previstas neste Regulamento, ou em Leis regulatórias da matéria.