

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE**

DISSERTAÇÃO

**DIA DE FESTA: UM ESTUDO SOBRE A FEIRA DO PRODUTOR
RURAL EM CORDEIRO RJ**

LUÍSA BARCELLOS ZANIBONI

2020



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE CIÊNCIAS SOCIAIS EM
DESENVOLVIMENTO, AGRICULTURA E SOCIEDADE – CPDA

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

DIA DE FESTA: UM ESTUDO SOBRE A FEIRA DO PRODUTOR
RURAL EM CORDEIRO RJ

LUÍSA BARCELLOS ZANIBONI

Sob a Orientação da Professora
Karina Yoshie Martins Kato

Dissertação de mestrado apresentada a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, área de concentração em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, para a obtenção do título de **mestre**.

Rio de Janeiro
2020

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

B715d

Barcellos Zaniboni, Luísa , 1995-
Dia de Festa: Um estudo sobre a Feira do Produtor
Rural em Cordeiro RJ / Luísa Barcellos Zaniboni. -
Bom Jardim , 2020.
118 f.: il.

Orientador: Karina Yoshi Martins Kato .
Dissertação (Mestrado). -- Universidade Federal Rural
do Rio de Janeiro, Universidade Federal Rural do Rio
de Janeiro, Programa de Pós Graduação em
Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade, 2020.

1. Cadeias curtas de abastecimento e consumo. 2.
Feiras . 3. Agricultura familiar . 4. Consumo
alimentar. I. Yoshi Martins Kato , Karina , 1979-
orient. II Universidade Federal Rural do Rio de
Janeiro. Universidade Federal Rural do Rio de
Janeiro, Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento,
Agricultura e Sociedade III. Título.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de financiamento 001.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento,
Agricultura e Sociedade (CPDA)

LUÍSA BARCELLOS ZANIBONI

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais.

Dissertação aprovada em 22/10/2020.

Conforme deliberação número 001/2020 da PROPPG, de 30/06/2020, tendo em vista a implementação de trabalho remoto e durante a vigência do período de suspensão das atividades acadêmicas presenciais, em virtude das medidas adotadas para reduzir a propagação da pandemia de Covid-19, nas versões finais das teses e dissertações as assinaturas originais dos membros da banca examinadora poderão ser substituídas por documento(s) com assinaturas eletrônicas. Estas devem ser feitas na própria folha de assinaturas, através do SIPAC, ou do Sistema Eletrônico de Informações (SEI) e neste caso a folha com a assinatura deve constar como anexo ao final da tese / dissertação.

Prof.^a Dr.^a KARINA YOSHIE MARTINS KATO (CPDA/UFRRJ)
(Orientador)

Prof.^a Dr.^a ELI DE FATIMA NAPOLEAO DE LIMA (CPDA/UFRRJ)

Prof.^a Dr.^a MARIA DO SOCORRO BEZERRA DE LIMA (UFF)

A meus pais, Daylton e Cláudia Zaniboni, sem o Amor que eles me apresentaram, nada seria possível.

AGRADECIMENTOS

Eu sempre ouvi dizer que o momento da escrita, seja da dissertação ou da tese, é um momento de solidão e, em partes, eu discordo. Discordo porque, apesar de ser um momento em que eu me vi sozinha enquanto revisava a literatura ou escrevia sobre o meu tema, também foi o momento em que eu me senti mais amada por aqueles que estão perto de mim e, por isso, eu acredito que ser grata é a parte mais importante de todo o meu trabalho.

Em primeiro lugar, eu agradeço a Deus. Faço coro com o Apóstolo Paulo ao dizer que “porquanto dEle, por Ele e para Ele são todas as coisas. A Ele seja a glória perpetuamente. Amém!” (Romanos 11:36). Ele foi, Ele é e Ele será o motivo da minha gratidão, mesmo que eu não tenha aquilo que julgo ser o suficiente, porque tenho a convicção de que Ele é mais do que o suficiente e Ele sempre sabe exatamente de tudo aquilo que eu preciso.

Agradeço a meus pais, Daylton e Cláudia. Eu não imagino como tenha sido para eles aguentar os meus choros, os meus dias difíceis e a distância física que, desde os meus 18 anos, sempre parece aumentar. Meus pais dedicaram toda a sua vida para que eu e a minha irmã tivéssemos o que era necessário. Esta dissertação não seria possível sem eles, não seria possível sem os sacrifícios que eles fizeram para que eu tivesse uma educação adequada. Os meus pais são o meu maior exemplo, minha força e o meu espelho. Sei que, se um dia, eu for metade daquilo que eles são, eu serei ainda mais abençoada do que eu já sou.

A minha irmã, Beatriz. Ela leu e releu minha dissertação tantas vezes que perdemos as contas. Estar com ela sempre foi uma das maiores alegrias da minha vida. Eu não saberia amar – ou entender o amor – se eu não tivesse sido irmã. C.S Lewis disse, em seu livro “Os quatro amores” que “amar é, sempre, ser vulnerável” e eu aprendi a ser vulnerável desde o momento que a Bia nasceu. Não existe um dia que eu não seja grata, a Deus e a meus pais, por ter sido presenteada com a minha irmã.

A meu noivo, Thiago Leite. Eu não fui uma noiva fácil nos últimos meses. Apesar de sua rotina intensa, ele sempre se fez presente. Durante o nosso ensino médio, eu sempre tive a sensação de que precisava competir com o Thiago para ser a melhor, mas ele me ensinou que a vida não é uma competição, e que, muitas vezes, o nosso desejo de ganhar, nos faz perder. O Thiago me ensina, diariamente, sobre a importância de sermos exatamente quem fomos criados para ser e ele tem a capacidade de despertar o melhor em mim. Acho que, até agora, nunca disse – ou escrevi – essas palavras, mas como sou grata pela dádiva de conviver com ele.

A meu cunhado Lucas. Desde a escrita da minha monografia, ele tem me ensinado a importância de tirarmos os nossos pés do chão e voarmos. Ele continua me ensinando sobre a força que um sonho pode ter.

Agradeço também a minha família, que sempre me ajudou com mensagens de carinho e amor. Sendo pacientes com a minha impaciência e por sempre me mostrarem que, apesar de todas as diferenças, é possível sermos um. Agradeço, em especial, a meus primos, Maíra e Marcos, que além de me presentear com uma afilhada *pet*, a Titi, abriram as portas de sua casa e de seu lar (e agora me fizeram dindinha do Samuel!!!). Sem eles, estar no Rio de Janeiro, não teria sido tão fácil quanto foi. A Maíra sempre foi um grande exemplo para mim. Ela foi a primeira a concluir o ensino superior, a primeira a ser mestra, a primeira a ser doutora e a primeira a fazer um pós-doutorado na família. Ela abriu o caminho e, hoje, todos nós colhemos os frutos de suas escolhas (e também ganhamos seu enxoval completo de herança). Obrigada!

A meus amigos. Embora todos tenham sido importantíssimos, existem alguns que eu gostaria de agradecer nominalmente. A Marina, por ter sido minha fiel companheira e por abrir as portas de suas casas em diversos momentos. A Alice e Tathyana, por compartilharem, além da mesma formação, um mesmo sonho. Sem elas, eu nunca aprenderia que a vida é mais do que uma sala de aula e que brindar as pequenas conquistas também é importante. A meus “Hermanos”, por suas orações e finalmente, a Larissa, a vida me presenteou com uma grande amiga e com alguém que eu posso compartilhar minhas alegrias, tristezas e desesperos.

Agradeço a meus colegas de turma. Ao iniciar o mestrado descobri em mim uma pessoa que precisava de um grande processo de desconstrução. Meus colegas de turma se mostraram completamente abertos para mim. Trocamos ideias sobre tantas coisas, que seria impossível escrever aqui. Mas, gostaria que todos eles soubessem que, hoje, eu sou diferente da Luísa de 2018. Sou mais empática, mais amável e mais desconstruída. Embora eu saiba que ainda tenho um longo percurso para percorrer, eu nunca me esquecerei do lugar em que tudo começou. Deixo registrada minha eterna gratidão à Jéssica e ao Bernardo, foram eles que ouviram maior parte das minhas reclamações, compartilharam bibliografias e leram o meu trabalho diversas vezes.

Aos feirantes comerciantes e feirantes produtores participantes da Feira do Produtor Rural em Cordeiro.

A meus professores que em meio a uma conjuntura tão difícil, quanto à de 2018, se mostraram como verdadeiros mestres. Eles me fizeram perceber que, mais do que títulos, um bom professor é aquele que é, acima de tudo, humano. Agradeço, em especial, a professora Eli. Aos técnicos-administrativos do CPDA/ UFRRJ. Agradeço também à minha professora e amiga

Vanessa Lopes Teixeira, que, desde a graduação em Ciências Econômicas, tem me inspirado. Agradeço também à professora Maria do Socorro Bezerra de Lima, por suas significativas contribuições ao meu trabalho.

Agradeço à minha orientadora, Karina Kato. Tenho certeza que não fui das orientandas mais fáceis, mas a Karina sempre foi dedicada e atenciosa. Guardarei, sempre com carinho, a sua sensibilidade e paciência para com uma bacharela em economia, recém-formada, cheia de questões, paixões e preconceitos. Obrigada por sempre me trazer para mais perto do chão, quando minhas ideias já estavam voando.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001. Por fim, agradeço a CAPES. Sem financiamento público, sabemos que a pesquisa se tornará quase impossível.

“Então contou-lhes que: “O Reino de Deus é semelhante a um homem que lançou a semente sobre a terra”.

(Marcos 4:26)

Resumo:

A partir do ano de 2016, pequenas feiras de produtores rurais começaram a aparecer no interior da Região Serrana. Nos municípios de Bom Jardim, Cantagalo e Cordeiro, por exemplo, foram organizadas feiras semanais para além das mais tradicionais, como a “Coopfeira de Nova Friburgo”, que conta com mais 50 anos de funcionamento. O presente trabalho se insere nesse contexto e pretende analisar a cadeia curta de abastecimento e consumo que se forma em torno da Feira do Produtor rural na cidade de Cordeiro. A literatura recente aponta para a capacidade que essas feiras tendem a reconectar os produtores com os consumidores e realocar os alimentos, mostrando que os mesmos possuem uma origem. Revalorizando assim o local, como também a produção artesanal e o respeito ao tempo de maturação de cada cultivo. São esses os aspectos que buscaremos analisar, visando compreender o porquê de uma feira do produtor rural em Cordeiro. Os procedimentos metodológicos utilizados no estudo serão: revisão bibliográfica, levantamento de dados por meio de pesquisas semiestruturadas, observação e análise de dados.

Palavras-chave: feira; cadeia curta de abastecimento e consumo; redes agroalimentares alternativas; agricultura familiar; consumo alimentar.

Abstract:

Since 2016, small farmers' fairs began to appear in the interior of the Serrana Region. In the small town of Bom Jardim, Cantagalo and Cordeiro, for example, weekly fairs were organized in addition to the more traditional ones, such as the "Nova Friburgo Cooperative", which has been in operation for another 50 years. The present work is part of that context and intends to analyze the Rural Producer Fair in the city of Cordeiro. Recent literature points to the ability of fairs to reconnect producers with consumers and relocate food, showing that they have an origin. So, they revalue the place, the artisan production and show respect for the maturation time of each crop. These are the aspects that we will try to analyze, in order to understand why a farmers fair in Cordeiro. The methodological procedures used in the study will be: bibliographic review, data survey through semi-structured surveys, observation and data analysis.

Keywords: fair; short food supply chain; alternative food networks; family farming; food consumption.

LISTA DE SIGLAS

EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMBRATER	Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural
CCAA	Cadeias Curtas de Abastecimento Alimentar
CEASA	Central Estadual de Abastecimento Sociedade Anônima
CEPERJ	Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro
CPDA	Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento; Agricultura e Sociedade
FAO	Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura
FNDE	Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
INCRA	Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MP	Medida Provisória
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar
PIB	Produto Interno Bruto
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
RAAS	Redes Agroalimentares Alternativas
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
OMC	Organização Mundial do Comércio
ONU	Organização das Nações Unidas

LISTA DE FIGURAS E MAPAS

Figura 1: Dimensões do <i>quality turn</i> : “construindo diferenças através do produto, processo e lugar”	18
Figura 2: Modelos da realocação alimentar.....	21
Figura 3: Estado do Rio de Janeiro: Regiões de Governo e Municípios.....	53
Figura 4: Círculo Virtuoso.....	72
Mapa 1: Localização do município de Cordeiro – RJ.....	61
Mapa 2 – Mapa do circuito da feira do produtor rura	68

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1: Tipologia das cadeias curtas de abastecimento alimentar	25
Quadro 2: Tipologia de mercados para a agricultura familiar	28
Quadro 3: Tipologia de mercados para a agricultura familiar	29
Quadro 4: Comparação entre a Sociologia Econômica e a Teoria Econômica	45
Tabela 1: Valor Adicionado Bruto por atividade econômica, Produto Interno Bruto e Produto Interno Bruto per capita nos municípios da Região Serrana em 2014	55
Quadro 5: A pecuária em Cordeiro.....	62
Quadro 6: Estabelecimentos rurais em Cordeiro	63
Quadro 7: Área plantada ou destinada à colheita (Hectares).....	63
Quadro 8: Relação entre lavouras e quantidade produzida	64
Tabela 2 Principal Motivo da Participação nas Feiras	71
Tabela 3: Grau de Escolaridade.....	74
Tabela 4: Renda Familiar	75
Tabela 5: Renda Familiar	78
Tabela 6: Nível de escolaridade.....	78
Tabela 7: Valor gasto nas feiras	79
Tabela 8: Frequência que vem à feira.....	79
Tabela 9: Relação com os feirantes	82

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO I CADEIAS CURTAS E FEIRAS LIVRES DE VENDA DIRETA E INTERAÇÃO FACE A FACE – REFLEXÕES TEÓRICAS	12
1.1 REGIMES ALIMENTARES E AS REDES AGROALIMENTARES ALTERNATIVAS.....	14
1.2 AS CADEIAS CURTAS DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR E O ABASTECIMENTO INTERNO.....	22
1.3 AS FEIRAS LIVRES DE VENDA DIRETA: INTERAÇÃO FACE A FACE E SOCIABILIDADE	31
CAPÍTULO II PRODUTORES E CONSUMIDORES: O CONSUMO, A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS E A CONFIANÇA NAS CADEIAS CURTAS DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR.....	35
2.1 “COMIDA NA MESA”: PADRÕES DE CONSUMO ALIMENTAR, OS CONSUMIDORESE A SOCIOLOGIA DA ALIMENTAÇÃO.....	37
2.2 A SOCIOLOGIA ECONÔMICA, OS MERCADOS SOCIALMENTE CONSTRUÍDOS E A (RE)CONSTRUÇÃO DA CONFIANÇA	43
CAPÍTULO III: O CASO DE CORDEIRO: SUA HISTÓRIA E A FEIRA DO PRODUTOR RURAL EM CORDEIRO	53
3.1 “SEMPRE ATIVOS, CORDEIRENSES”: A HISTÓRIA DO MUNICÍPIO DE CORDEIRO.....	57
3.1.1 Contextualização histórica: a construção do Município de Cordeiro.....	57
3.1.2 Cordeiro em foco	60
3.2 A FEIRA DO PRODUTOR RURAL EM CORDEIRO	65
3.2.1 “O ORGULHO DO PRODUTOR É ISSO. NEM É PLANTAR E NEM É SÓ VENDER NÃO, É SOBREVIVER”	74
3.2.2 OS CONSUMIDORES DA FEIRA DO PRODUTOR RURAL EM CORDEIRO.....	77
CONSIDERAÇÕES FINAIS	85
REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO	90

APÊNDICES	96
Apêndice 1: Censo dos agricultores	96
Apêndice 2: Roteiro de questionário e entrevistas	96
Apêndice 3: Imagens da feira do produtor rural em Cordeiro.....	103

INTRODUÇÃO

Todos cantam sua terra, também vou cantar a minha.
(Casimiro de Abreu)

Início a apresentação afirmando que esta dissertação não é a ideal, mas é possível para o momento em que estamos enfrentando. Aqueles que a lerão no ano de 2020 saberão exatamente porque é um período de se fazer o possível. Para os que lerão após um tempo, gostaria de deixar, aqui registrado, qual é a situação que estamos vivendo. Enfrentamos uma pandemia de *Covid-19*, provocada pelo corona vírus. Embora alguns a considerem como uma “gripezinha” que não atinge os que têm “histórico de atleta”, é uma conjuntura completamente nova e diferente de tudo aquilo que a minha geração já enfrentou.

Independentemente do ensino público e da pesquisa já virem sendo lesados nos últimos anos, a pesquisa científica, principalmente para os pesquisadores que precisam, ou precisavam, ir a campo, ficou um tanto quanto complicada. As projeções não são as melhores, visto que podemos enfrentar esta pandemia pelos próximos dois anos, o que dificultaria, ainda mais, o trabalho científico. Ainda que alguns campos – como o meu – sejam realizados em cidades do interior do país, nas quais o vírus ainda não chegou com força total, não podemos correr o risco de ser os portadores da doença e prejudicar os nossos entrevistados. Mesmo que a quarentena a qual fomos submetidos acabasse completamente, o fato é que enfrentamos tempos difíceis. Agarramo-nos à esperança de que um futuro melhor virá.

Passadas as elucidações preliminares, apresentaremos agora os motivos que me levaram a redigir esta dissertação. Para além da relevância científica e metodológica, para mim, esse trabalho tem um significado pessoal e sentimental. Desde a minha graduação, em Ciências Econômicas, pela Universidade Federal Fluminense, debates a respeito da agricultura familiar, segurança alimentar e nutricional e comercialização já me chamavam atenção. Compreender o porquê da relevância dos temas citados e dos atores envolvidos, e identificar que por trás dos dados estatísticos sobre a agricultura no Brasil, existiam rostos e histórias de vida, me encantava. Talvez por ter crescido em uma casa com uma horta, em que podia colher “tomatinhos” debaixo do pé, pegar uma alface fresca para o almoço, catar acerola e jabuticaba e subir no pé de goiaba.

Recordo-me de brincar de vender os produtos que eram cultivados em casa e de fazer bilhetes para entregar com hortênsias, plantadas pela minha mãe, falando para as pessoas comprarem as hortaliças que ali vendiam. “Seu João” era o nome do primeiro agricultor que eu conheci. Acredito que foi a partir desse fato que tenha começado o meu encanto pela terra, por

aquilo que semeamos e, depois de um tempo, podemos colher. Algo que parecia tão simples, ao meu ver, e que alimenta um enorme debate acadêmico.

Depois, minha horta de infância virou um pomar. Hoje colhemos abiu, jabuticaba, amora, acerola, limão, tangerina, graviola, caqui, seriguela, atemoia, goiaba, laranja lima, pitanga e coco. Aguardamos os frutos do pé de lichia e do cambucá. Por ter crescido no interior, carrego comigo memórias de uma infância cheia de cheiros, sabores e gostos.

Meu interesse pessoal só assumiu forma acadêmica na faculdade de Ciências Econômicas. Ao estudar desenvolvimento econômico e as raízes históricas do campesinato brasileiro, pude compreender, então, que por trás dos “grandes ciclos” e do “famoso” tripé monocultura, latifúndio e escravidão, existiam mãos que eram responsáveis pela alimentação da Nação.

Meu primeiro contato com agricultores familiares foi em 2016, na Feira do Produtor Rural em Cordeiro. Nesse primeiro momento, optei por analisar como o agricultor familiar era reconhecido nas políticas públicas. Minha monografia teve como objetivo analisar e compreender o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) ao longo de vinte anos, de modo a identificar quais foram as reais mudanças proporcionadas para o segmento familiar.

O mestrado, no entanto, me permitiu olhar por outros ângulos, ainda desconhecidos. O que me fez enxergar que, detrás da história – e das histórias, há um longo processo de resistência por partes dos agricultores bem como lutas por sobrevivência e autonomia.

Além disso, a partir de algumas conversas que tive no CPDA, pude perceber que minha trajetória recente passava pela Feira do Produtor Rural em Cordeiro. Meus questionamentos e minhas análises sempre esbarravam na feira. Eu precisava – e ainda preciso – entender como e por que as feiras se desenvolvem, crescem e alteram algumas dinâmicas que, até então, pareciam consolidadas. Durante a minha revisão de bibliografia, observei que embora existissem estudos sobre as feiras, havia uma carência na análise das feiras que aconteciam no interior do Estado do Rio Janeiro. Optei, assim, por apresentar e tentar compreender a Feira do Produtor Rural em Cordeiro, afinal, como afirma Casimiro de Abreu, se “todos cantam sua terra, também vou cantar a minha”.

Passada a apresentação preliminar, apresentaremos agora os motivos acadêmicos que nos levaram à pesquisa. Pensar em alimentos não é uma tarefa fácil. São inúmeros os caminhos que podemos escolher e são diferentes as abordagens que podemos adotar. Agora, pensar em como produzir, distribuir e consumir os alimentos é ainda mais trabalhoso. Um trabalho árduo,

porque, se pararmos para pensar, sem alimento (comida), nós morreríamos. Então, como falar de um assunto tão vital, sem correr o risco de ser algo repetitivo e enfadonho? Como dissertar acerca da distribuição dos alimentos sem nos esquecermos que, em um país como o Brasil, temos uma produção mais que suficiente para alimentar uma nação e, ainda assim, cresce, todos os dias, o número daqueles que passam fome?

Que a produção agroalimentar tem enfrentado, nos últimos anos, novos desafios, principalmente diante de uma sociedade que modifica, constantemente, os seus hábitos de consumo e produção, é um fato conhecido. Por esses e outros motivos, a problemática da alimentação tem sido tão debatida atualmente.

Para tratar deste tema tão vital, surgiu, dentro da sociologia, um novo campo de estudos: a sociologia da alimentação. A principal questão a ser traduzida é a dos processos sociais de produção, distribuição e consumo de alimentos, que passam a ser compreendidos a partir dos comportamentos individuais e coletivos dos indivíduos envolvidos nos atos de produzir, distribuir e consumir.

Poulain e Proença (2003) apresentam a sociologia da alimentação a partir do espaço social alimentar. Para eles, a alimentação estaria submetida a duas séries de condicionantes. A primeira estaria relacionada ao título imposto aos “comedores”, que por meio de condicionantes fisiológicos e biológicos, receberam o *status* de onívoros. A segunda representação estaria, por sua vez, caracterizada por condicionantes ecológicos, que oferecem ao indivíduo “uma zona de liberdade na gestão da dependência do meio natural” (POULAIN E PROENÇA, 2003, p. 251).

O espaço alimentar passou a ser visto através de uma perspectiva cultural, em que as dimensões sociais dos alimentos foram influenciadas por condicionantes fisiológicos/biológicos e ecológicos, formando assim as dimensões sociais da alimentação que se manifesta por meio da ordem do comestível, do sistema alimentar, do espaço culinário, dos hábitos de consumo alimentar e da temporalidade da alimentação (POULAIN E PROENÇA, 2003).

O interesse sociológico em estudar a alimentação está relacionado com a compreensão de que a alimentação não é apenas uma necessidade biológica, orientada para a obtenção de nutrientes em quantidade suficiente para a sobrevivência. Poulain (2004) argumenta que em um primeiro momento, até os anos 1960, os cientistas sociais que buscavam compreender a alimentação estavam debruçados sobre os contextos comportamentais e sensoriais da prática alimentar. No entanto, os estudos foram orientados a partir de uma perspectiva cultural da sociologia e da antropologia. É possível identificar nas obras de Durkheim, Weber e Veblen,

elementos que apontam, a partir da alimentação, para questões como religião, poder e desigualdade.

Apesar de Carlos Drummond de Andrade afirmar que “ninguém é igual a ninguém. Todo ser humano é um estranho ímpar”, podemos identificar um elemento comum entre todos os seres humanos, nós precisamos comer e beber. Mesmo que os autores clássicos da sociologia tenham apresentado elementos que nos possibilitassem pensar a alimentação enquanto um fato social, outros aspectos da alimentação vêm sendo ressaltados nos estudos contemporâneos. Elias (1994), no “Processo Civilizatório”, nos apresentou que civilidade é imposta ao ser humano e não sendo inerente a ele, e a história dos utensílios de mesa são um fator de distinção social. Nos estudos de Bourdieu (2007), em “A Distinção”, temos que o gosto, inclusive o alimentar, além de poder ser discutido, e usado como uma forma de nos diferenciarmos de nossos pares. Isso, portanto, influenciaria as nossas escolhas e moldaria o nosso consumo. Bourdieu (2007) ao analisar as práticas de consumo enquanto culturais apontou para o fato de o gosto ser um processo educativo, ambientado nas instituições – como na família e nas escolas.

Por outro lado, as nossas análises ao serem orientadas em direção ao consumo dialogam diretamente com a Sociologia do Consumo. Para Portilho (2009) a Sociologia do Consumo é capaz de identificar códigos que são compartilhados e compreendidos pelos consumidores, apontando para o fato de que as escolhas não são feitas ao acaso, mas são influenciadas pelo contexto cultural em que estamos inseridos e são enraizadas em nossas experiências, conforme demonstrado anteriormente.

A preocupação com o consumo surge da necessidade de se entender quais são os valores e o que motiva os comportamentos dos indivíduos em uma sociedade capitalista em que as posições sociais podem ser explicadas a partir daquilo que se compra. A escolha de uma cesta alimentar, por exemplo, é capaz de sinalizar a qual grupo social o consumidor pertence (PORTILHO *et al*, 2011). Assim,

O ato de selecionar e adquirir mercadorias, portanto, não pode ser compreendido como um ato individual e individualizante. Ao contrário, o consumo se relaciona a duas formas de alteridade: uma relação entre quem compra e para quem se compra em geral a família, e uma relação cosmológica que transcende qualquer utilidade imediata, pois assume a forma não de sujeito ou objeto, mas dos valores aos quais as pessoas desejariam se dedicar. A seleção de mercadorias está, portanto, relacionada às relações sociais e aos valores mais importantes para a pessoa responsável por esta tarefa. Assim, a ideia de responsabilidade pode ser ampliada para outros grupos sociais e para uma ideia abstrata de “mundo”, “natureza” e “planeta” (PORTILHO *et al*, 2011, p.103)

Não podemos compreender o consumo alimentar como um processo isolado, é preciso analisar quais são as disputas e conflitos de produção e consumo, quais são os problemas sociais

e de saúde que os modos de produção e os hábitos alimentares contemporâneos estão inseridos, quais são as consequências socioambientais geradas pelo modelo agrícola atual e, principalmente, quais os elementos capazes de alterar a maneira como consumimos os alimentos.

Alimentar-se é fundamental para reprodução da vida humana. Este é um ato que embora seja permanentemente moldado e remodelado por dinâmicas financeiras, econômicas, políticas e sociais, sempre será necessário. Também se apresenta como uma necessidade e um direito humano, sujeito a manifestações culturais de crenças, ideologias e filosofias, possibilitando que identifiquemos o estado atual do mundo. Consequentemente, conforme a sociedade se transforma e surgem novas informações, a maneira com a qual nos alimentamos também muda.

Além da Sociologia da Alimentação e do Consumo, as Ciências Econômicas, de igual forma, tentaram compreender as mudanças e as transformações que a alimentação gerou tanto na produção quanto no consumo. No entanto, a ideia do *homo economicus*, que toma suas decisões baseadas em valores egoístas e individuais torna-se ultrapassada. As motivações sociais, culturais e até mesmo políticas se apresentam como sendo tão basilares quanto as econômicas.

Deste modo, entendemos que a abordagem que une explicações sociológicas e econômicas poderá nos ajudar a enfrentar essa questão. “Coerção, costume, crença, imitação ou obediência são fenômenos sociais que sempre foram utilizados para explicar os mais variados comportamentos econômicos” (MARTES *et al*, 2007, p.10). Por isto, para esta dissertação também optamos em utilizar como referencial teórico a sociologia econômica. Acreditamos que a sociologia econômica tendo sido fundada por autores como Max Weber, Émile Durkheim, Karl Marx e Georg Simmel nos parece um campo fértil para nos auxiliar em nossa análise.

No entanto, foi Polanyi (1980) que, em seu livro *A grande transformação*, mostrou que os mercados apresentavam, para além das trocas mercantis, elementos de reciprocidade entre as famílias; e de redistribuição, entre o Estado e a Sociedade. O autor demonstrou que na sociedade, os bens que circulam não possuem apenas aspectos materiais, mas tem, principalmente, características simbólicas.

A Sociologia Econômica busca compreender como as relações econômicas e sociais são determinantes no modo de agir das pessoas, inclusive em suas relações mercantis. Os mercados são ressaltados principalmente como formas de coordenação social, nos quais os conflitos, os mecanismos de formação de preço, o comportamento dos indivíduos, suas estruturas e sua

imprevisibilidade são compreendidos fora da forma canônica que se consolidou com a teoria o equilíbrio geral (ABRAMOVAY, 2004).

Paralelo a estas análises, da mesma forma surgiram os estudos orientados para a compreensão dos sistemas agroalimentares, os principais autores foram Friedman e McMichael (1989) Friedman (1993) e Goodman (2002) que focaram os seus esforços em compreender a produção alimentar desenvolvendo assim o conceito de regimes alimentares, em uma tentativa de apresentar a relação que existe entre as dietas alimentares e os fenômenos econômicos.

Há um consenso na literatura sobre a existência de dois regimes alimentares. No entanto, já existem alguns estudos, como os de McMichael (2009; 2017), que apontam para a conformação de um terceiro regime agroalimentar. O primeiro regime alimentar esteve centrado na Grã-Bretanha, aproximadamente entre os anos de 1870 a 1930, baseou-se no comércio colonial. O segundo regime alimentar ocorreu entre os anos de 1950 a 1970, ficou conhecido como regime mercantil-industrial, organizou-se ao redor das necessidades dos Estados Unidos em redirecionar o fluxo de alimentos excedentes, no fortalecimento de modelos nacionais de desenvolvimento e na industrialização da agricultura (FRIEDMANN, 2003; MCMICHAEL, 2009). Finalmente, o terceiro regime alimentar corresponderia a um período marcado pela presença e influência das grandes corporações agroalimentares, e está assentado em dois pilares: o capitalismo verde e a realocização alimentar (MCMICHAEL, 2009).

O estudo dos regimes alimentares nos permite compreender quais são as disputas e os conflitos que estão envolvidos nas relações de produção e consumo. Os autores buscaram, através de suas análises, interpretar quais os sistemas econômicos que estariam no entorno da produção alimentar, os conflitos inerentes a produção e ao consumo, como ocorre a construção social dos mercados, como os hábitos alimentares contemporâneos – a fome, a obesidade e a anorexia – se comportam diante da forma com a qual nós produzimos e consumimos os alimentos.

Nos últimos anos, uma série de escândalos alimentares foi noticiada ao redor do mundo, o que aumentou a desconfiança quanto ao padrão nutricional, sanitário e político hoje existente. Os problemas ambientais, como o aumento da emissão de gás carbônico e a sua contribuição para o aquecimento global, o acréscimo na quantidade de agrotóxicos utilizados nas plantações, o aumento custos de produção, a queda nos preços das *commodities*, resultante da “mercantilização da agricultura” geraram o *squeeze* da agricultura (aumento expressivo das despesas) na renda obtida pela atividade agrícola dificuldade a sobrevivência dos agricultores (PLOEG, 2008)

Estes processos geraram transformações profundas nas formas de produção e consumo alimentar dentre as quais nos chama atenção a desconexão entre produtores e consumidores e um desconhecimento de técnicas usadas pelos produtores. Se antes os consumidores sabiam exatamente de onde vinha aquilo que eles estavam consumindo, agora, o alimento perdera a sua origem, seus valores e os significados culturais atribuídos a eles (MARSDEN, 2000).

Diante dos problemas (e escândalos) alimentares, novos movimentos surgiram. Estes foram marcados pela crítica a produção convencional de alimentos e ao modelo hegemônico de distribuição e consumo. Os movimentos como o veganismo, o *fair trade*, o *slow food*, buscaram incentivar o crescimento de formas alternativas de produção e consumo, tais como o consumo nas tradicionais feiras livres orientadas para o abastecimento alimentar.

Apesar de ainda ser um desafio em escala global, as novas tendências econômicas e culturais têm chamado atenção para a importância de reconectarmos produtores e consumidores, reestabelecendo vínculos e valores culturais, realocalizando a produção de alimentos e revalorizando técnicas tradicionais e sustentáveis. Se, por um lado, o final século XX e início do século XXI foram marcados por uma tendência de modificação na forma com que produzimos e consumimos os alimentos, com a valorização dos produtos diferenciados, que trazem em si elementos como qualidade, respeito ao tempo de maturação, produção agroecológica ou orgânica e o “saber fazer”, buscando uma reconexão com o local, principalmente nos países mais desenvolvidos. Por outro lado, boa parte do comércio alimentar se concentra em ultra processados, congelados e refeições rápidas (*fast food*), evidenciando um sistema agroalimentar oligopolizado e concentrado nas mãos de um pequeno número de empresas que são capazes de dominar vários mercados.

Emerge como um aspecto importante dessas reflexões a compreensão das formas alternativas de produção e consumo, o que se dá junto à ocorrência de uma virada em direção a qualidade, da reconexão entre produtores e consumidores e do reestabelecimento de vínculos entre produtores e consumidores (MARSDEN *et al*, 2000; GOODMAN, 2003; RENTING, MARSDEN E BANKS, 2003).

Para os autores citados anteriormente, os movimentos que se opuseram ao modelo agroalimentar hegemônico são capazes de construir redes e relações baseadas em alternatividade e imersão (*embeddedness*) de valores econômicos nas relações sociais. Brunori (2007) afirma que foi este processo o responsável por construir relações que estavam assentadas em confiança, qualidade, reciprocidade e reaproximação entre produtores e consumidores. Tais relações ficaram conhecidas, na literatura, como redes agroalimentares alternativas.

Por definição, as redes agroalimentares alternativas são aquelas que se opõem às grandes redes de produção e distribuição de alimentos (RENTING, MARSDEN, BANKS; 2017). São redes formadas por produtores, consumidores e outros atores que apresentam um caminho diferente do modelo industrial e padronizado de abastecimento alimentar (MURDOCH *et al*, 2000). Thomé da Cruz (2012) argumenta que a alternatividade destas redes está relacionada à tentativa de romper com o modelo convencional de produção e consumo. Os atores envolvidos nas redes agroalimentares alternativas buscam espaços que possibilitem que a produção, o processamento, a distribuição e o consumo alimentar carreguem valores e significados que sejam capazes de reconstruir laços entre vendedores e compradores e que garantam oportunidades para que os produtores se insiram em diferentes mercados, proporcionando um “renascimento do local”, alinhado as narrativas de identidade cultural dos alimentos e revalorizando o espaço territorial, de modo a reintegrar, ressocializar e realocar os sistemas alimentares (GOODMAN, 2017).

No Brasil, a construção destas redes alternativas baseou-se na revalorização e no reconhecimento das técnicas tradicionais e no reconhecimento da importância dos produtores rurais. Thomé da Cruz (2012) nos lembra que, no caso brasileiro, a conformação das redes alternativas se dá de maneira diferenciada ao que ocorreu nos países europeus. Ainda que tenhamos passado em terras brasileiras por um processo de urbanização e, na agricultura, por uma modernização conservadora, não ocorreram aqui desconexões profundas entre os produtores e os consumidores no Brasil, como verificado na Europa.

Uma das manifestações das redes agroalimentares alternativas são as cadeias curtas de abastecimento alimentar (CCAA). As CCAA são aquelas em que os alimentos podem ser identificados e atribuídos a um produtor, de forma que possamos conhecer o número de intermediários entre os produtores e os consumidores (BALESTRO, 2017). Duas são as suas principais características das CCAAs: a capacidade de ressocializar e reespecializar os alimentos (MARSDEN *et al*, 2000). O que evidencia que existem elementos que vão além da proximidade sócio espacial.

Há três diferentes tipos de cadeias curtas: i) a face a face, em que o consumidor compra diretamente com o produtor e a principal característica é a proximidade; ii) a proximidade espacial, na qual a produção e a comercialização ocorrem em uma determinada região e iii) a espacialidade estendida, na qual embora as informações dos produtos sejam conhecidas, o consumidor está fora da região em que o alimento é produzido.

Cassol e Schneider (2017) acreditam que

O processo de encurtamento das relações entre produtores e consumidores que se situam em uma determinada cadeia de produção agroalimentar consiste em um esforço de reorientação das relações de troca que se assenta, essencialmente, na tentativa de reconstruir os elos e as ligações pessoa a pessoa que caracterizam as interações econômicas de compra e venda. Este esforço procura responder a um dos problemas gerados pelo capitalismo contemporâneo, que é precisamente o fato de que as relações de troca se tornaram demasiadamente artificiais, impessoais e nem sempre os consumidores confiam e acreditam no que dizem os rótulos e certificados inscritos nas embalagens dos produtos (CASSOL E SCHNEIDER, 2017, p. 195).

O tema escolhido para a dissertação, portanto, se insere nesse contexto de aparecimento de “novas explicações” para as relações de produção e consumo, principalmente a partir dos anos 1990. A Feira do Produtor Rural em Cordeiro será analisada enquanto uma rede agroalimentar alternativa em construção na Região Serrana do Rio de Janeiro e como caso ilustrativo de como os atores sociais, produtores e consumidores de um determinado território podem utilizar as interações sociais, direta ou indiretamente, para reorganizar as relações econômicas, para revalorizar as formas locais de se fazer agricultura e como se consumir, e para construir laços de sociabilidade que garantam interações sociais que os permitam “fugir” das formas convencionais de mercado, materializados na figura do atravessador.

A nossa escolha se justifica pela necessidade de aprofundar as análises sobre as cadeias curtas de produção e consumo e, principalmente, para compreender a realidade do interior do Rio de Janeiro. Visto que, hoje, a Região Serrana Fluminense é uma das maiores produtoras de hortaliças do Estado do Rio de Janeiro (GUANZIROLI E VINCHON, 2019).

No mais, tomando parte da literatura de cadeias curtas, a partir do final do século XX e início do século XXI, alguns estudiosos buscaram compreender e explicar o funcionamento dessas estruturas de mercados que reapareceram, principalmente na Europa e no Sul do Brasil, a partir da consolidação das feiras livres para a distribuição e o consumo de alimentos. A importância em se estudar as feiras como um todo se justifica através da história, visto que elas representam um dos métodos mais antigos de comercialização. Entender como esses espaços são resgatados e ressignificados no contexto contemporâneo é, portanto, uma tarefa atual e relevante. Ainda são escassos, contudo, os estudos que buscam entender as feiras e sua lógica¹.

A escolha do Município de Cordeiro se justifica não só por motivos afetivos, mas, principalmente, por entendermos que a feira alterou o funcionamento da cidade aos domingos, o dia em que ela ocorre. É muito comum que a feira se torne um ponto de encontro na cidade, porque, após uma semana agitada, a feira é onde se torna possível encontrar conhecidos e entes queridos, que utilizam esse momento para fazer suas compras. Além disso, ela se configura

¹ Para mais informações consultar Garcia (2002); Araújo e Ribeiro (2017)

como um local em que as experiências são trocadas, uma vez que é muito comum vermos agricultores contando qual a melhor forma de preparar determinado alimento.

Esta dissertação tem como objetivo geral compreender a Feira do Produtor Rural em Cordeiro, identificando como esses espaços são resgatados e ressignificados no contexto contemporâneo. Para isto, teremos como objetivos específicos compreender quais são as relações presentes entre os atores envolvidos na feira e o que orientou a criação da mesma.

A hipótese principal que orientou o nosso trabalho reside no reconhecimento de que os valores sociais e culturais influenciam a relação entre os vendedores e os consumidores, bem como permitem a construção de novas redes de interconexão produção e consumo. Os consumidores, assim, vão às feiras porque existem relações que não são puramente mercadológicas, mas que são carregadas por elementos simbólicos e sentimentais. Ou seja, ao trocarem informações eles seriam capazes de interagir socialmente e compartilhar experiências e valores que fossem comuns a eles. Ademais, entendemos que essa reconexão da produção com o consumo, no nível local, tem a potencialidade de alterar processos produtivos e contribuir para a diversificação da produção dos agricultores, possibilitando maior autonomia com relação às cadeias longas de comercialização.

Para a realização do trabalho fizemos uma sistematização da discussão sobre os temas de regimes alimentares, redes agroalimentares alternativas, cadeias curtas de abastecimento alimentar e feiras. Ao nos debruçarmos sobre os referenciais teóricos que utilizaríamos nesta dissertação, buscamos orientar as nossas leituras a partir da compreensão da Sociologia da Alimentação, Sociologia Econômica e Sociologia do Consumo. Finalmente, procuramos também apresentar aspectos gerais da agricultura regional, de modo que pudéssemos entender como eram os fluxos regionais em torno dos alimentos.

Como esta dissertação pretende analisar a Feira do Produtor Rural em Cordeiro, optamos por fazer um estudo de caso, ou seja, um “estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado” (GIL, 1994). Para isso, realizamos entrevistas com os consumidores e os produtores. Ao todo, foram aplicados onze questionários junto aos produtores. Neste primeiro momento, optamos por aplicar questões mais gerais relacionadas à temática estudada. Dezenove feirantes participavam da feira, sendo que oito deles se recusaram a responder, com medo de que pudessem ser prejudicados de alguma forma. Em uma segunda ida a campo, dos onze produtores que responderam o questionário, selecionamos quatro que se colocaram à disposição para a realização de uma entrevista mais qualitativa e aprofundada.

Em um terceiro momento do trabalho de campo, frequentamos a feira a fim de conversar e identificar o perfil dos consumidores. Para isto, aplicamos um total de dezesseis questionários. A escolha dos consumidores se deu de maneira não intencional e aleatória, conforme a disponibilidade dos mesmos para responder o questionário, no momento em que consumíamos produtos da feira. Na tentativa de diversificar essa amostra, foram feitas mais de cinco visitas a feira, entre o final do ano de 2019 e início de 2020, com a aplicação dos mesmos questionários todas as vezes que fomos a campo.

Quanto à estrutura desta dissertação, a mesma conta com três capítulos, além da introdução e das considerações finais. O capítulo 1 buscou apresentar, de forma teórica – e histórica – quais foram os elementos que contribuíram para a construção das redes agroalimentares alternativas. Aprofundamo-nos um pouco mais em analisar duas de suas principais formas de manifestação: as cadeias curtas de abastecimento alimentar e as feiras de interação face a face. Procuramos expor alguns conceitos-chaves para pensarmos e repensarmos as cadeias curtas de abastecimento alimentar. E investigamos as principais características das feiras livres, identificando quais são as principais diferenças entre as feiras que se localizam na Europa e no Brasil.

Seguindo com a nossa dissertação, no capítulo 2, a nossa intenção foi apresentar a construção social dos mercados. Para este fim, procuramos compreender as formas de organização contemporâneas, identificando os elementos simbólicos e culturais nos quais as próprias relações de compra e venda estão imersas. Como nosso objetivo neste capítulo foi o de entender as relações entre produtores e consumidores para além das relações econômicas e mercadológicas, utilizamos o referencial teórico da sociologia do consumo, para nos aproximarmos dos fatores mais gerais que influenciam os hábitos de consumo contemporâneos; a sociologia da alimentação, para entendermos como e porque os alimentos e a alimentação são construídos por nós, enquanto cidadãos; e, finalmente, a sociologia econômica para explicarmos a construção social dos mercados.

Por último, no nosso capítulo 3 foi feito um estudo de caso. Analisamos a Feira do Produtor Rural em Cordeiro, suas características, especificidades e os motivos que levaram à construção da mesma. Para tanto, o capítulo foi composto por uma introdução histórica, contando as origens do Município de Cordeiro; e como, de fato, se deu a construção da feira e as relações entre produtores e consumidores ocorreram.

CAPÍTULO I - CADEIAS CURTAS E FEIRAS LIVRES DE VENDA DIRETA E INTERAÇÃO FACE A FACE – REFLEXÕES TEÓRICAS

Há algo profundamente errado com o modo como se produz e consome alimentos na nossa sociedade. De um lado, se produzem cada vez mais fibras e matérias-primas agroalimentares e aumentam os impactos sobre o meio ambiente, os recursos naturais e os próprios agricultores. Por outro, os números da fome e da pobreza no mundo continuam quase inalterados, mas a quantidade de pessoas obesas e malnutridas em decorrência do tipo de comida que ingerem só faz crescer. Em meio a isso, quem realmente se beneficia são as empresas que produzem e distribuem os alimentos, especialmente as grandes redes de supermercados e as lojas de *fast food* globais. Chegamos a um ponto em que, no século XXI, há oferta suficiente para alimentar toda a humanidade, mas convivemos com a fome e a má nutrição, e a insatisfação dos produtores (agricultores) e dos consumidores (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017. p.9)

O objetivo do primeiro capítulo é apresentar, de forma teórica, as principais características das chamadas redes agroalimentares alternativas. Procuraremos analisar como tais redes se constituem historicamente e quais são as principais diferenças ao observamos a partir da ótica brasileira. Além disso, buscaremos apontar como são estruturadas, como se dão as relações no seu interior e como isso se manifesta dentro do regime agroalimentar atual.

Para McMichael (2016)

(...) o regime alimentar assinala o processo de mercantilização do alimento e a elaboração de relações comerciais fundamentadas na conversão progressiva da agricultura em uma indústria mundial (MCMICHAEL, 2016, p. 41)

Os regimes alimentares buscaram compreender a política das relações alimentares. Historicamente, são divididos em três momentos que foram legitimados pelos poderes dominantes de sua época, a saber: a Grã-Bretanha, defensora do multilateralismo de livre comércio; os Estados Unidos, a ajuda externa, o desenvolvimento e a livre iniciativa; a Organização Mundial do Comércio (OMC) e a supremacia dos mercados (MCMICHAEL, 2016).

O primeiro regime alimentar ocorreu entre os anos de 1870 – 1914, sendo marcado pelo *workshop of the world*, com a hegemonia britânica. Tinha como principal característica o abastecimento alimentar da metrópole pelas colônias. Conectava a riqueza de um capitalismo industrial emergente com as zonas de abastecimento alimentar. No segundo regime, identificado a partir dos anos 1970, em paralelo à consolidação da hegemonia dos Estados Unidos no sistema internacional, a ajuda alimentar foi usada como forma de criar alianças, oportunidades e novos mercados para modelo intensivo de agricultura estadunidense. Essas medidas tiveram impactos profundos na agricultura e nos mercados agrícolas dos países em desenvolvimento. Já o terceiro regime alimentar, a partir dos anos 1990, foi marcado pela

hegemonia de mercado, por uma tentativa neoliberal em garantir a manutenção das rotas transnacionais de capital e pelas *commodities* (MCMICHAEL, 2016).

Não há um consenso acerca de o terceiro regime alimentar, mas este estaria em vigência atualmente sendo iniciado nos anos 2000. É ainda um regime que possui diferentes interpretações. Por um lado, enquanto McMichael (2005) aponta para os processos de transnacionalização, supermercadização e financerização já indicarem à emergência de um “regime agroalimentar corporativo-neoliberal. Por outro lado, Friedman (2005) argumenta que há apenas uma configuração de emergência, sem uma definição completa (NIERDELE, WESZ JUNIOR, 2018).

O período em questão foi marcado pela crescente disputa entre EUA e China como potências hegemônicas e a ascensão de novos atores no cenário mundial de produção de alimentos, como os BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), pela flexibilização da produção, pela facilidade para a circulação de alimentos, por preocupações com a qualidade dos alimentos, pela segurança alimentar, soberania alimentar, fome, por padrões de controle sanitário entre outros (SCHNEIDER *et al*, 2016). É a partir das discussões em torno do Regime Agroalimentar que situamos o conceito de redes agroalimentares alternativas.

Neste capítulo discutiremos, primeiramente, os regimes alimentares e a construção das redes agroalimentares alternativas, destacando quais são as principais características e as diferenças que as mesmas a partir da realidade brasileira.

Enquanto o debate europeu enfatiza os movimentos de transição de um modelo produtivista de agricultura para uma forma pós-produtivista, com o crescimento de novas formas de comercialização e com a construção de novos mercados diferenciados (PLOEG *et al*, 2000). Nos estudos brasileiros, há uma tentativa de analisar e compreender o papel inovador dos produtores que, por vezes, têm a capacidade de criar formas de comercialização, ao organizarem espaços para o comércio de seus produtos. De forma geral, os pesquisadores brasileiros (SCARBELOT, 2012; THOMÉ DA CRUZ, 2012; CASSOL, 2013; GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017) buscaram compreender como a produção e o consumo de alimentos podem ser vistos a partir de elementos culturais e sociais nos quais há maior revalorização de conhecimentos e práticas, uma reconexão entre produtores e consumidores, bem como uma realocação dos produtos.

Na seção dois do capítulo, dissertaremos sobre como as cadeias curtas de abastecimento alimentar se apresentam e quais são as alternativas para o abastecimento interno. Finalmente, a terceira e última seção do primeiro capítulo trará as considerações acerca das feiras livres de

interação face a face, as quais são consideradas uma forma de cadeia curta de abastecimento alimentar e que é o objeto de estudo desta dissertação.

1.1 Regimes alimentares e as redes agroalimentares alternativas

A construção de uma teoria acerca do regime alimentar buscou encontrar elementos que tivessem a capacidade de explicar como a cadeia alimentar global é capaz transformar e interligar diversas culturas por meio da mercantilização dos alimentos e de relações políticas e sociais por detrás das relações alimentares. Os regimes alimentares fornecem chaves de análises para compreender aspectos como: fome, tecnologia na agricultura, movimentos sociais e agronegócio (MCMICHAEL, 2009), assuntos tão atuais nos dias de hoje. Historicamente existem dois regimes consolidados e um em construção.

O primeiro regime alimentar (1870-1930) esteve centrado na Grã-Bretanha e foi orientado pelo princípio *ricardiano* das vantagens comparativas, ou seja, o comércio se daria por meio da especialização produtiva, em que um país deveria dedicar-se a produção de um determinado bem frente a outro, buscando sempre maior eficiência produtiva. Combinava produtos tropicais que eram enviados da colônia para a Europa, a importação de grãos básicos e pecuária de Estados coloniais (MCMICHAEL, 2016). Foi marcado pelo “colonialismo” e pelo “Sistema – Estado”, em que as trocas ocorriam a partir de uma divisão internacional do trabalho. O declínio desse regime esteve associado com a “Grande Depressão” e o *dust bowl*²(FRIEDMANN,2005).

O segundo regime alimentar está associado com a reestruturação e reconstrução dos países no período pós Segunda Guerra Mundial e está inserido no processo de construção de uma hegemonia norte americana. Segundo Friedmann (1993) e McMichael (2009) foi um regime marcado por um sistema no qual a produção de alimentos e a sua disponibilização para os consumidores foi organizada a níveis globais por empresas transnacionais.

A política adotada, neste período, para o setor agroalimentar baseou-se em uma agricultura intensiva e na especialização em *commodities*. McMichael (2016) afirma que foram as campanhas promovidas pela ONU contra a fome que anteciparam esse regime alimentar que teria sido marcado pela descolonização e Guerra Fria com a desculpa ou o propósito "alimentar o mundo".

² Foi uma onda numerosa de tempestades de areia que ocorreu no final da década de 30. Foram afetados: México, Canadá e Estados Unidos. Cerca de 75% da camada superficial da terra foi perdida e, uma das causas, foi o mau uso do solo.

Um dos seus principais traços foi a capacidade de os Estados Unidos utilizarem uma necessidade básica e um direito humano- a alimentação – para fins políticos. Friedmann (1992) apontou para o desenvolvimento de uma indústria agroalimentar baseada em alimentos ultra processados e com o uso crescente de sementes geneticamente modificadas, a partir do desenvolvimento de um “complexo alimentar industrial”, que assumiu características globais.

Além disso, o período também foi marcado pela Revolução Verde, com uma série de inovações tecnológicas na agricultura que visava o aumento da produtividade por meio do desenvolvimento de sementes geneticamente modificadas, utilização de agrotóxicos e mecanização do campo.

A então chamada revolução verde representou dimensões tanto nacionais quanto transnacionais do regime alimentar centrado nos Estados Unidos. Reciclou a retórica do “alimentar o mundo” ao promover novas variedades de alto rendimento de sementes híbridas (trigo e arroz) – dependentes de agroquímicos (pesticidas, herbicidas e fertilizantes), irrigação e mecanização – como essenciais à modernização agrícola (MCMICHAEL, 2016, p.57).

Durante o segundo regime alimentar, os Estados Unidos se consolidaram como “celeiro do Mundo”. Neste mesmo período, novas discussões surgiram, principalmente acerca das relações comerciais e da estrutura de mercado que temos hoje, mas também quanto ao o direito dos agricultores e da população a segurança e soberania alimentar (FRIEDMANN, 2005). Segundo a abordagem de Friedman (1993; 2006) e McMichael (2009), ainda que existam elementos sobre uma mudança de regime, este ainda é o dominante.

Não há um consenso sobre o terceiro regime alimentar, ainda assim acreditamos que ele tenha aparecido ao final dos anos 1990 e início dos anos 2000 provocando uma migração para o que a literatura chamou de regime alimentar corporativo-ambiental. O terceiro regime alimentar ainda “é objeto de interpretações distintas no que tange à sua existência, periodização, nomenclatura e configuração” (NIERDELE, WESZ, 2018, p. 33). Foi marcado pelo capitalismo neoliberal, esteve firmado em dois pilares: o capitalismo verde, incorporando um discurso sobre responsabilidade ambiental, social; e realocização alimentar, que buscou reorientar tanto a produção quanto o consumo, por meio de uma redução dos impactos ambientais, com a construção de cadeias agroalimentares curtas orientadas pela nova geografia alimentar (MCMICHAEL, 2009; SCARBELOT 2012).

Incorporou uma confusa combinação entre livre comércio e regulação sendo possível identificar, simultaneamente, uma agricultura centralizada, orientada para o mercado externo e controlada por grandes corporações e uma agricultura de produção descentralizada, sustentável

e familiar orientada por questões de soberania alimentar, responsabilidade social, econômica e ecológica (SOUZA E OLIVEIRA, 2016).

O que nos chama atenção no terceiro regime é a sua complexidade. Pois, ao mesmo tempo em que é possível identificar movimentos de dominação, apropriação e descentralização, em que as grandes corporações alimentares e os supermercados interverem diretamente na produção e no abastecimento alimentar³. Aparecem contra movimentos que defendem outra forma de produção. É por isto que, nesta dissertação, acreditamos que o terceiro regime apresenta o que Giddens (1996) chamou de “sociedade reflexiva”, ou seja, relocalização alimentar, cadeias curtas, responsabilidade social, que serão apresentados durante o trabalho, seriam resultado da reflexão dos indivíduos, que trouxeram seus questionamentos para a dimensão alimentar. No entanto, reconhecemos que este ainda é um processo pequeno principalmente se comparado à força que as grandes corporações possuem.

Dessa forma, reconhecemos que a ciência tem tido o mérito de estabelecer explicações que relacionem as escolhas feitas pela nossa civilização, incluindo os produtos e alimentos que consumimos, e os impactos gerados para o meio ambiente, apontando para os problemas em sustentar tais relações de produção e consumo. Logo, conseguimos identificar quais são os problemas relacionados ao regime dominante e quais são as críticas que são a ele feitas (SCARBELOT, 2012). É importante identificarmos que tanto os problemas como as críticas partem de realidades diferentes. A partir de uma perspectiva brasileira, segundo Scarbelot (2012), quatro grandes críticas podem ser feitas.

A primeira grande crítica diz respeito aos problemas ambientais gerados por um modelo que faz uso de energia não renovável, emitindo gases de efeito estufa, além de contribuir para o avanço do desmatamento e a contaminação do solo. A segunda grande crítica está relacionada com os problemas de saúde pública, não só com o crescente aumento dos escândalos alimentares, como a doença da vaca louca, a febre aftosa, gripe aviária, gripe suína ou problemas como o da carne com papelão, no Brasil. Porém com o aumento considerável do número de brasileiros que estão na faixa do “excesso de peso”. Os dados da Pesquisa Orçamentos Familiares (POF) de 2008 e 2009 apontou para porcentagens de excesso de peso que chegavam a 50,1% para homens e 48,0% para as mulheres.

Por sua vez, a terceira crítica diz respeito ao nível de pobreza rural e de exclusão dos agricultores familiares, uma vez que eles não conseguem se inserir nos padrões que são impostos pelo modelo dominante. Finalmente, a quarta e última grande crítica está amparada

³ Para mais informações McMichael (2016).

no reconhecimento de que um regime nesses moldes dificulta o acesso da população a alimentação segura e saudável, além de comprometer a soberania alimentar, ou seja, direito dos povos em definirem suas estratégias de produção, distribuição e consumo de alimentos.

As críticas⁴ levantadas ao regime agroalimentar dominante foram capazes de construir um diálogo que nos levaram, enquanto consumidores, a repensar os nossos hábitos de consumo e as nossas escolhas. Diante delas podemos imaginar o porquê começam a aparecer reflexões que levam o indivíduo, enquanto consumidor, a repensar suas práticas e a forma como ele se alimenta e que culminam em novos movimentos de consumidores. É a “sociedade reflexiva”, a qual lança um “novo olhar” sobre a natureza e a sociedade na qual o indivíduo assume a forma como quer viver.

Portanto, o “novo” e/ou “emergente” regime alimentar moldar-se-ia a partir de reivindicações desta sociedade. Neste sentido, é central atentarmos para a constituição de um indivíduo crítico e que se utiliza da reflexividade (BECK *et al*, 1997), capaz de receber e absorver um grande número de informações e tomar decisões que reflitam suas preocupações quanto aos hábitos alimentares. Ainda que reconheçamos a força e a influência das grandes corporações alimentares, nosso trabalho busca analisar as alternativas que se apresentam ao modelo convencional de produção, distribuição e consumo alimentar.

“A sociedade começa a perceber, repensar e decidir sua trajetória, especialmente seu processo alimentar” (SCARBELOT, 2012, p. 45). Alimentar-se apresentar-se-ia, portanto, como um ato político, sujeito a transformações e mudanças em sua trajetória, sendo explicados através da reflexão e das crescentes necessidades de entendermos as grandes transformações que nos foram postas no decorrer dos anos. Para Giddens (1991),

A reflexividade da vida social moderna consiste no fato de que as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz de informação renovada sobre estas próprias práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter (GIDDENS, 1991).

A alimentação pode ser expandida em novas direções, justamente porque os alimentos carregam consigo elementos sociais, políticos, econômicos e complexas relações que vão além de aspectos nutricionais. A partir das contestações ao modelo hegemônico de produção, distribuição e consumo alimentar, uma nova abordagem surge para interpretar as novas relações que se estabelecem a partir de uma reaproximação entre produtores e consumidores: as redes agroalimentares alternativas, que nada mais são do que “uma categoria genérica de análise

⁴ As críticas feitas ao regime agroalimentar dominante se apresentam de forma diferente em países como o Brasil e nos países europeus. Enquanto no Brasil a crítica está relacionada a exclusão dos pequenos e médios produtores, na Europa, a crítica concentra-se na incapacidade da natureza sustentar esse regime.

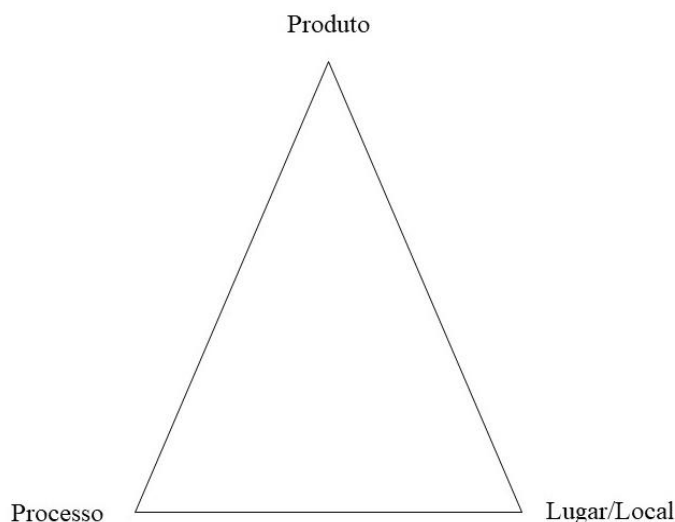
acadêmica para o estudo de alternativas ao modelo agroalimentar industrial” (DARLOT *et al*, 2011, p.1).

Seu debate é relativamente recente, datando do final dos anos 1990 e início dos anos 2000, período marcado por uma forte onda de ativismo social que incluiu a expansão dos movimentos de alimentação alternativa nas suas diferentes formas desde o apoio a produção local até a luta por um comércio justo (GOODMAN *et al*, 2012) e por uma busca de alimentos de maior qualidade.

Foi a partir da emergência do processo de *quality turn* (virada de qualidade), principalmente na Europa e nos Estados Unidos, que as demandas dos consumidores, em maior ou menor grau, passaram por transformações. Estes optavam, cada vez mais, por consumir alimentos mais saudáveis e de procedência conhecida. Uma de suas características foi a reaproximação entre consumidores e vendedores, estabelecendo relações de confiança e desenvolvendo formas autônomas para a comercialização (GOODMAN, 2003).

As discussões em torno do *quality turn* nos permitiram compreender a dimensão do produto, ou seja, a sua procedência; do lugar, no que diz respeito ao território e a identidade; e, o processo, a partir do fazer específico de cada região (ILBERY *et al*, 2005).

Figura 1: Dimensões do *quality turn*: “construindo diferenças através do produto, processo e lugar”



Fonte: ILBERY *et al*, 2005, p. 119

Esquemáticamente, a figura 1 apresenta as três dimensões que constituem o processo de *quality turn*, e que, de acordo com a literatura, se relacionam diretamente com a revalorização

dos conhecimentos tradicionais por meio do fazer (processo) e dos territórios através dos alimentos. O processo de *quality turn* reivindica a busca por uma produção sustentável baseada na alternativa e na “novidade”; a preocupação com justiça social; a diversificação; a produção em pequena escala; a valorização de produtos típicos e a reaproximação entre produtores e consumidores.

No entanto, precisamos ter em mente que as experiências mudam de acordo com os países que estamos analisando, então a própria definição daquilo que é “novo”, “alternativo”, “convencional” ou o que se apresenta como um “produto de qualidade” também muda.

No debate europeu, diferentes autores reivindicaram que havia uma transição entre um modelo produtivista de agricultura para um modelo pós-produtivista, com a emergência de novas formas de comercialização e de mercados (PLOEG *et al.*, 2000). Para estes autores, seria preciso que se desenvolvesse um novo paradigma para o desenvolvimento rural que se manifestaria a partir da criação, manutenção ou evolução de redes agroalimentares alternativas. Nesse sentido, a produção e o consumo deveriam carregar valores culturais e sociais dos territórios, com a revalorização dos conhecimentos e das práticas tradicionais e gerar uma reconexão entre produtores e consumidores.

Já os estudos que buscaram compreender a realidade brasileira trouxeram para nós reflexões acerca da importância dos atores sociais locais e a sua capacidade em criar estratégias de inserção em mercados locais e tradicionais. Seja através da criação de novidades, com o desenvolvimento de mercados de qualidades, seja por meio da revalorização de conhecimentos tradicionais (CASSOL, 2013; SCARBELOT, 2012, THOMÉ DA CRUZ, 2012).

Os contextos socioeconômicos e os valores culturais dos atores envolvidos nesse processo fizeram com que o peso atribuído a essas interpelações fosse diferente. Para o caso brasileiro, é possível enxergar empiricamente esse processo a partir de diferentes prismas, seja por dimensões/processos políticos (boicote a produtos não sustentáveis, *slow food*), através do desenvolvimento de políticas públicas (PRONAF; PAA; PNAE) e por intermédio do desenvolvimento de novas formas de produção e consumo que sejam favoráveis tanto para aqueles que vendem quanto para os que compram (CASSOL, 2013).

No entanto, o que todas essas experiências têm em comum – tanto a internacional quanto a nacional - é o fato de criticarem o regime agroalimentar nos moldes que temos hoje e de buscarem alternativas às suas cadeias de produção, distribuição e consumo. Além disso, os elementos comuns que se apresentam a nós quando nos debruçamos sobre a literatura do *quality turn* são os processos de relocalização, revalorização e reconexão.

A perspectiva da realocização traz elementos que buscam reconstruir vínculos entre produtores e consumidores, com o objetivo de trazer os alimentos de volta ao nível local (CASSOL, 2013), ou seja, para onde são produzidos. Traz uma perspectiva espacial, geográfica. Trazendo uma discussão que chama atenção para as relações do local *versus* global. De acordo com Cassol (2017),

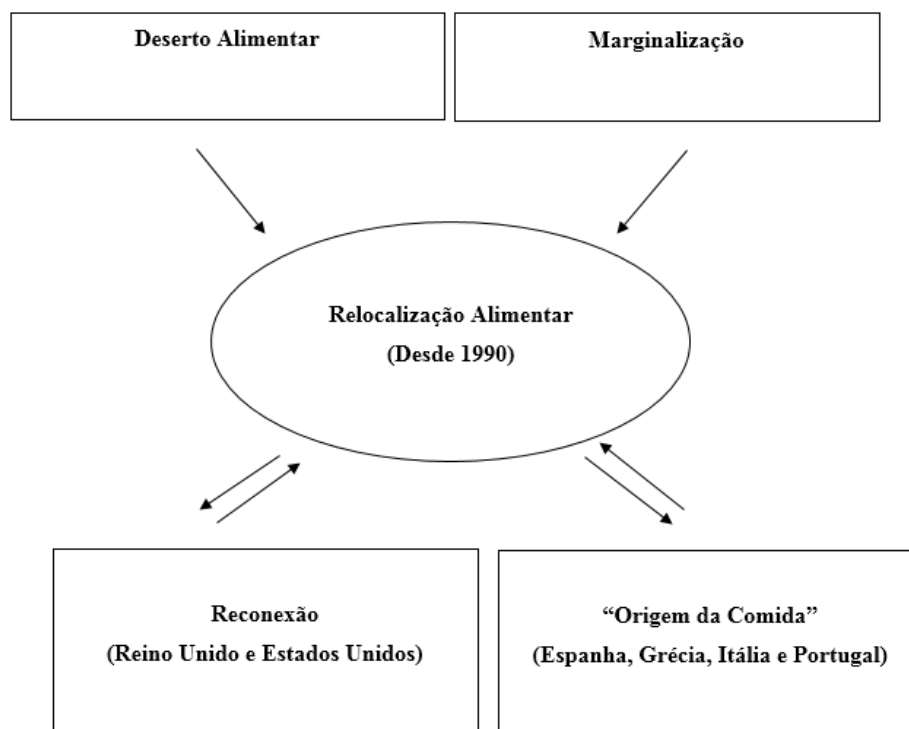
O ponto central aqui é que ao contrário das relações impessoalizadas e genéricas encontradas nas cadeias longas de produção e consumo alimentar, nas cadeias curtas é justamente a valorização de relações pessoais e singulares que as tornam diferenciadas na medida em que são estas relações responsáveis por gerar nos novos atores sociais sentimentos de confiança (CASSOL, 2017, p.206)

Novamente, tais circunstâncias precisam ser pensadas a partir das diferenças existentes entre os países. Desde 1990, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa, houve iniciativas que buscavam mobilizar os consumidores através de movimentos sociais, para desenvolver mercados que pudessem reaproximar os produtores dos consumidores. O modelo baseado na realocização alimentar desenvolveu-se principalmente em contextos nos quais a cultura alimentar foi perdida em decorrência da exportação da produção agrícola e, conseqüentemente, onde as grandes corporações e redes de supermercado passaram a abastecer as cidades, em detrimento da produção local (CASSOL, 2013).

Nesse sentido, o consumo em mercados locais se apresentaria como tendo a capacidade de “empoderar” social e economicamente o produtor, diminuindo os efeitos negativos da globalização alimentar ao aproximar fisicamente produtores e consumidores. Esses modelos defendem que a produção local de alimentos seria capaz de preservar o meio ambiente, usando os recursos de forma mais sustentável. Além disso, teria o potencial de reespecializar e ressocializar os alimentos ao estabelecerem um contato direto entre produtores e consumidores por meio de laços de reciprocidade e confiança (FONTE, 2008).

A perspectiva apresentada por Fonte (2008), da realocização alimentar, apresenta características que são inerentes aos processos norte-americanos e europeus, que podem ser identificados na figura 2. Desde os anos 1990, diferentes iniciativas surgiram com o objetivo de reaproximar o consumo da produção dos alimentos. Os modelos que se basearam na realocização alimentar desenvolveram-se principalmente em países em que a produção agrícola foi, por um longo tempo, orientada para as exportações.

Figura 2: Modelos da realocização alimentar



Fonte: Fonte, 2008, p. 203

Segundo Fonte (2008), essas regiões foram marginalizadas, tanto econômica como socialmente. Por meio de reivindicações como a da “origem do alimento”, do “desenvolvimento territorial alternativo” e da “valorização” de técnicas e conhecimentos tradicionais, buscaram superar o seu “atraso” frente aos outros países. Sonnino e Marsden (2017) apontam para os termos de “qualidade”, “transparência” e “localidade” como uma forma de afastamento do setor industrializado e convencional em direção a um modelo ou regime alimentar agrícola realocado, com potencial para transformar o sistema agroalimentar.

Quanto à questão da “origem do alimento”, Fonte (2008) chama atenção para a existência de valores culturais e sociais que estão inseridos dentro dessa perspectiva. Para Cassol (2013) a referência estaria relacionada com designações de origem e valores tradicionais de “se fazer” agricultura. Por causa disso, o contexto econômico seria diferente. Para o autor, os territórios em que essas perspectivas emergem – Grécia, Itália, Espanha e Portugal – fazem parte dos países europeus atrasados quanto ao desenvolvimento industrial, sendo justamente aqueles que não teriam vivenciado uma transição completa para o modelo agrícola exportador.

Já o processo de reconexão está mais presente em países que passaram por um significativo processo de industrialização, destaque para o Reino Unido e os Estados Unidos.

Nesses países o controle alimentar ficou concentrado nas mãos de um pequeno grupo. Nesses países, a produção e o consumo de alimentos locais foram substituídos pelo modelo industrial de produção de alimentos. Como resultado, a produção tradicional de alimentos deu lugar à produção de alimentos em massa, padronizados e sem relação com a história e a cultura regional, desconectando consumidores e produtores (FONTE, 2008).

A perspectiva da origem do alimento e da reconexão manifestam-se, no Brasil, de forma diferente das expostas até o momento. Ao adaptarmos os conceitos à nossa realidade e repensarmos o global a níveis locais, conseguimos identificar como esses processos se apresentam para a nossa realidade.

No Brasil, o consumo de alimentos tradicionais comercializados a partir das redes agroalimentares alternativas estaria relacionado a valores culturais e territoriais (revalorização). Thomé da Cruz (2012) ao investigar a produção e o consumo do queijo serrano, produto típico da região serrana do Rio Grande do Sul identificou que as formas “alternativas” de preparo, distribuição e consumo não geraram nenhuma novidade no que diz respeito a sua produção ou consumo, mas revalorizaram a utilização de técnicas e práticas tradicionais. Para a autora, não houve um processo novo centrado na preocupação com as questões de sustentabilidade ou ligado a um processo de reflexividade. O que ocorreu foi uma revalorização do tradicional, do uso de práticas tradicionais e culturais, e que resgatavam a origem do produto.

Assim, conforme demonstrado, o processo de *quality turn* e a construção das redes agroalimentares alternativas assumem diferentes formas, que ora buscam superar as contradições imposta pelo modelo industrial de produção, ora buscam construir formas alternativas e sustentáveis de produção, distribuição e consumo; justiça social; valorização dos produtos típicos e locais e uma aproximação entre consumidores e produtores.

Neste sentido, como nos propomos a estudar a Feira do Produtor Rural em Cordeiro, que é uma feira livre, precisamos analisar as características das cadeias curtas de abastecimento alimentar e, então, analisarmos mais profundamente as principais características das feiras.

1.2 As cadeias curtas de abastecimento alimentar e o abastecimento interno

O debate acerca das cadeias curtas de abastecimento alimentar surgiu a partir dos anos 90, sendo uma das formas mais recorrentes pelas quais as redes agroalimentares alternativas se manifestaram. A maioria dos estudos procura apresentar a dimensão da reaproximação e/ou reconexão entre produtores e consumidores como um dos elos característicos e principais das

cadeias curtas, embora não o único. Esta reaproximação se baseia em três princípios básicos: confiança⁵, *embeddedness*⁶ e local (GOODMAN, 2003; BRUNORI, 2007). Neste sentido, as cadeias curtas de abastecimento alimentar se assentavam sobre as novas formas de comercialização e produção que se opunham ao modelo convencional de abastecimento alimentar.

As análises das cadeias curtas, contudo, costumam enfatizar que a produção e o consumo devem ocorrer dentro de um mesmo território. No entanto, outros autores como Bava (2012) nos alertam para o fato de que não se trataria apenas de encurtar as distâncias territoriais, mas de reestruturar a economia de grandes, médias e pequenas empresas locais, de modo a estimular a circulação de riqueza em nível local e a absorção de mão de obra (BAVA, 2012). De um modo geral, a diminuição das distâncias entre os produtores e os consumidores e sua relação direta, sem intermediários, fariam com que os agricultores absorvessem maior parte do valor agregado que, no modelo convencional, acabaria absorvido por terceiros (MARSDEN, 2000).

As cadeias curtas, normalmente, são estruturadas de modo que os atores locais se envolvam diretamente na produção, no processamento, na distribuição e no consumo dos produtos alimentares. Assim, ainda que a diminuição das distâncias físicas seja fundamental para as cadeias curtas, a proximidade entre os consumidores e os produtores não é condicionada apenas por maior ou menor proximidade geográfica. Algumas características sociais como a confiança e a imersão também consegue promover maior proximidade entre os agentes. Isso faz com que as relações existentes dentro das cadeias curtas de abastecimento alimentar baseiem-se em laços de reciprocidade, confiança e no consumo de produtos nos quais tais valores estão embutidos.

Os artigos seminais de Marsden *et al* (2000) e Renting *et al* (2003) identificaram duas principais dimensões das cadeias curtas. Para os autores, a primeira diz respeito aos mecanismos de produção gerados, que permitem que as relações ocorram no tempo e no espaço em que elas se localizam. A segunda chama a atenção para as convenções de qualidade. Que

⁵ As relações de confiança se apresentam como uma perspectiva relacional, ou seja, é pensada a partir do contato entre os produtores e os consumidores com o alimento. Elementos como os laços reciprocidade, o afeto e a constante troca de informações como suficientes para a garantia de “qualidade” do produto dispensando assim a necessidade de selos ou certificações. Para mais informações (ILBERY *ET AL* 2005; DARLOT, 2013; CASSOL E SCHNEIDER, 2017; GELBCKE, 2018)

⁶ Tem o sentido de imersão e enraizamento. Sonino (2007) demonstra que a imersão é construída socialmente através da mobilização de significados e valores. Para mais informações (SONINO E MARDENS, 2006; SONINO, 2007; CASSOL; 2013)

também teriam a capacidade de encurtar a distância e de reorientar a produção alimentar. Para Renting *et al* (2017)

As cadeias curtas de abastecimento alimentar têm potencial para deslocar a produção de alimentos do “modo industrial”, escapando das longas e complexas cadeias industriais racionalmente organizadas, nas quais se torna cada vez menor a proporção do valor agregado total captada pelos produtores primários. Ao mesmo tempo, as novas cadeias de abastecimento alimentar constituem importantes canais para a criação de novos vínculos entre agricultura e sociedade, produtores e consumidores. Elas aproximam os consumidores da origem de seus alimentos e, em muitos casos, envolvem um contato mais direto entre agricultores e usuários finais de seus produtos. Uma característica importante dessas novas cadeias é a capacidade de ressocializar e reespecializar o alimento, possibilitando ao consumidor novas valorações sobre a conveniência relativa dos alimentos, com base em seu próprio conhecimento, experiência e visão (RENTING, MARSDEN, BANKS, 2017, p.34)

Renting, Marsden e Banks (2003), afirmam que existem três tipos de cadeias curtas:

- i) Interação face a face;
- ii) Proximidade espacial;
- iii) Espacialidade estendida.
- iv) Outras classificações: produtos de qualidade; produtos regionais/artesanais; produtos naturais/ecológicos.

As cadeias de interação face a face são caracterizadas pela compra feita diretamente com os produtores. Envolve uma construção de confiança em que a qualidade é garantida, justamente, pelas relações de compra e venda que são estabelecidas em locais e momentos determinados. Nas cadeias curtas de proximidade espacial, os produtos vêm de determinada região para os consumidores que o desejem, sendo informado onde será o ponto de venda ou estabelecendo-se redes de comercialização. Enquanto isso, nas que se caracterizam pela espacialidade estendida, os produtos são vendidos em regiões diferentes de onde ocorre a sua produção, via exportação, por exemplo. No quadro abaixo, Renting *et al* (2003) apresentaram características que facilitam a nossa compreensão a respeito da diversidade das cadeias curtas.

Quadro 1: Tipologia das cadeias curtas de abastecimento alimentar

Interação face a face	Proximidade Espacial	Proximidade Estendida
Lojas de produtos vindos da agricultura familiar; Comercialização pelo agricultor na propriedade; Colheita pelo consumidor;	Grupo de lojas de produtos vindos da agricultura; Marca regional;	Rótulo e certificações; Código de produção;
Venda à beira da estrada;	Cooperativa de consumidores;	Efeito de reputação
Entrega em domicílio;	Comunidades de apoio à agricultura;	
Entrega pelo correio;	Rotas temáticas – turismo rural;	
Venda pela internet.	Eventos especiais;	
	Lojas locais, restaurantes e empresas de turismo; Varejistas especializados;	
	Abastecimento de instituições	

Fonte: Renting *et al* (2003)

No geral, e respeitadas as diferenças existentes entre os países, as cadeias curtas ganharam maior destaque a partir do processo de *quality turn* (GOODMAN, 2003) e de uma série de mudanças que ocorreram a partir do aparecimento de uma sociedade reflexiva que buscou repensar os seus hábitos de consumo (GIDDENS *et al*, 1997), preocupando-se mais com a qualidade dos alimentos, com o abastecimento e com a segurança alimentar. No Brasil, esses movimentos têm levado a maior preocupação com o incentivo à agricultura familiar, ao identificarem que esta pode ocupar um espaço importante para o abastecimento alimentar e na construção de cadeias curtas.

Diante das necessidades de comercialização dos agricultores familiares, as cadeias curtas se apresentam como uma alternativa, uma vez que eliminam a necessidade do atravessador e garantem ao produtor maior controle sobre o que é produzido e comercializado e maior parcela dos ganhos obtidos com a venda de um determinado produto. Para Maluf (2004) a agricultura de base familiar é a forma mais conveniente de ocupação social do espaço agrário, porque colabora com a equidade e a inclusão social, em bases sustentáveis, e proporciona melhor aproveitamento do solo.

A agricultura familiar é aquela, segundo Wanderley (1996), “que, ao mesmo tempo em que é proprietária dos meios de produção, assume o trabalho no estabelecimento produtivo”. A

importância da agricultura para o abastecimento interno pode ser comprovada por meio dos dados do Censo Agropecuário (2017) que atribuem à agricultura familiar o fato de ser a principal responsável pelo abastecimento interno, produzindo aproximadamente 85% da produção de aipim, 82% de feijão, 81% do milho em grão e 85% do arroz em casca.

O Estado, através das políticas públicas, tem se mostrado um importante aliado dos agricultores familiares (apesar de algumas ressalvas que identificaremos adiante) na constituição de cadeias curtas de produção e consumo em torno da agricultura familiar. O apoio estatal tem se dado de formas variadas, mas em particular, por meio da implementação de políticas públicas de apoio à produção e à comercialização e, logo, de fortalecimento da agricultura familiar. No Brasil, em meados dos anos 1990, o Governo brasileiro lançou o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF) que tinha como finalidade prover crédito rural e apoio aos pequenos produtores rurais que durante muito tempo ficaram excluídos das políticas existentes (SCHNEIDER, CAZELLA E MATTEI, 2004).

O programa acabou sendo uma janela de oportunidades para a agricultura familiar, principalmente com a abertura de novos mercados, a partir das reformulações do programa e com a elaboração de linhas de crédito especiais. Como exemplo, temos as linhas para os grupos de baixa renda, como o microcrédito (PRONAF B), destinado ao financiamento de custeio de investimentos agropecuários ou não, àqueles que têm renda bruta anual de até 10 mil e também as linhas do PRONAF para a agroindústria, com o financiamento inclusive de infraestrutura e gestão; ou com o PRONAF mulher que busca financiar as mulheres agricultoras e o PRONAF jovens.

Apesar de o PRONAF ser, ainda hoje, um dos principais programas para essa categoria, as críticas são muitas: o programa apresenta uma distribuição desigual de recursos com grande concentração nas regiões mais capitalizadas. Além disso, o programa prioriza determinados produtos, o que faz com que os agricultores sejam obrigados a produzir aquilo que é financiado e acabem optando por uma especialização produtiva em vez da diversificação. A falta de informação e o excesso de burocracia também dificultam o acesso dos agricultores familiares ao programa (SCHNEIDER *ET AL*, 2004; GUANZIROLI, 2007; SARON E HESPANOL, 2012).

Durante o nosso campo exploratório, uma objeção comum dos agricultores que se encontravam na Feira do Produtor Rural de Cordeiro com relação ao PRONAF foi, justamente, a dificuldade em acessar o programa. Isso levou até mesmo à desistência de um dos agricultores que, já tendo acessado o programa por duas vezes (para a compra de sementes e para a compra

de uma caminhonete), desistiu de acessar uma terceira vez e recorreu a outros meios para a aquisição de uma segunda caminhonete. A maior reclamação, no entanto, se referiu ao excesso de burocracia, à dificuldade em entender o que se pede, em especial, os documentos necessários para acessar o crédito rural.

Adicionalmente, nos últimos anos, o Estado brasileiro elaborou e implementou diversos programas que procuravam fortalecer as cadeias de comercialização dos produtos da agricultura familiar: o Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA) e o fortalecimento do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE). Este último tem por princípio “o direito à alimentação adequada, visando garantir a segurança alimentar e nutricional dos alunos”. Em 2009, a Lei nº 11.947/2009, que determinou que, no mínimo, 30% do valor repassado aos estados, municípios e Distrito Federal pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) para o PNAE, deveria ser utilizado na compra de gêneros alimentícios diretamente da agricultura familiar.

Para além da ajuda estatal e da inclusão dos agricultores em cadeias mais tradicionais de produtos agropecuários, Wilkinson (2010) aponta diversas formas de inserção da agricultura familiar em cadeias de comercialização cada vez mais oligopolizadas, internacionalizadas e competitivas, em seu livro “Mercados, redes e valores”.

O autor buscou explorar as condições e as possibilidades que são abertas à agricultura familiar pelos mercados alternativos, principalmente no que concerne aos nichos e aos mercados de proximidade. Ele aponta para os potenciais que estão colocados para a agricultura familiar, pelos novos espaços para a comercialização criados a partir da demanda por produtos tradicionais, como os mercados que surgem orientados pela artesanidade (*slow food*), por aspectos éticos (*fair trade*) ou orientados pela busca da sustentabilidade (orgânicos, agroecológicos).

O quadro abaixo, apresentando por Wilkinson (2010), nos permite compreender o panorama mais geral sobre os tipos de mercados em que os agricultores familiares brasileiros estão inseridos.

Quadro 2: Tipologia de mercados para a agricultura familiar

Mercado	Perfil	Desafios
Commodities	Velhos e Novos Mercados Locais e a Distância	Padronização, Legislação, Qualidade Mínima e Escala
Especialidades (de nicho)	Discriminado por Grau de Associação com Localidade/ Tradição	Concorrência de Novos Entrantes
Orgânicos	Grau de associação à Saúde e/ou a um Modo Específico de Produção	Certificação, Escala, Pesquisa
Artesanais	Denominação de Origem ou não	Qualidade, Normas Técnicas, Autenticidade, Ação Coletiva
Solidários	Identificação ou não com a Agricultura Familiar, Mercados de Alta e Baixa Renda	Escala, Variabilidade, Qualidade
Institucionais	Licitações, Oferta para Varejo	Qualidade, Variabilidade, Escala

Fonte: Wilkinson (2010, p.17)

Esta tipologia de mercados tem uma função que vai além de classificar os diferentes tipos de canais de comercialização. Ela indica as diferentes oportunidades que os agricultores familiares têm de acessar distintos canais de comercialização.

No entanto, para Schneider (2016), a tipologia apresentada por Wilkinson não especifica quais são os elementos ou os indicadores que permitem diferenciar o perfil de um mercado do outro. Para exemplificar, ele afirma que os mercados de orgânicos, por exemplo, tanto podem ser convencionais através da comercialização em redes de supermercados, como podem ser mercados alternativos, artesanais ou solidários. O quadro anterior, para Schneider, deveria incorporar alguns elementos a mais do que aqueles apresentados por Wilkinson, o que levou o autor a propor uma nova tipologia.

Quadro 3: Tipologia de mercados para a agricultura familiar

	Tipo de Agricultor Familiar	<i>Locus</i> e/ou alcance espacial	Natureza das trocas/ modelo de negócios	Forma de regulação	Canais de Comercialização
Mercados de proximidade	Camponês, produtor de excedentes	Spot; Venda Direta; Somente Local	Interpessoal + Solidário	Confiança+ Amizade	Na propriedade (colhe e pague); No domicílio; Beira estrada; Entrega direta; Feira local; Grupos Consumo
Mercados locais e territoriais	Agricultor Familiar; Produtor simples de mercadorias	Spot; Local, regional e territorial	Diversificado + Complementaridade	Reputação/ Confiança+ Procedência + Preços	Feira regional; Feira nacional; Redes de Venda; Eventos; Loja especializada; Restaurantes; Associação vendas Sacolão
Mercados convencionais	Produtor de Mercadorias	Sem lugar definido; <i>Placeless/ Unbond</i>	Concorrencial	Contratos + Preços	Atravessador; Cooperativa; Agroindústria; - Empresa privada; Internet; Supermercados
Mercados públicos e institucionais	Todos os tipos de fornecedores	Multiespacial	Licitatório, Seleção Pública	Contratos + Lei	Alimentação Escolar; Fair trade; Órgãos internacionais (FAO;PMA); ONGs; Hospitais, Universidades, Forças Armadas; Entidade Assistencial; Estoques governo

Fonte: Schneider (2016, p. 127)

A capacidade de sobrevivência e de inserção dos agricultores familiares, portanto, estaria relacionada com a busca de redes alternativas de comercialização e nichos de mercado e com a inserção nos mercados já existentes, buscando graus maiores de autonomia. Para Schneider (2016), o quadro anterior identifica os canais mais usados pelos agricultores familiares, especialmente de oferta. O autor identificou que alguns mercados são vias de mão dupla, em que os agricultores compram e vendem mercadorias (SCHNEIDER, 2016).

Na mesma direção, Maluf (1995) afirma que a agricultura familiar se mantém por dois vínculos simultâneos, por meio de cadeias que se integram em nível nacional e internacional e por meio de “circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos”, que

ocorrem nas regiões do interior do País ou nas cidades de pequeno e médio porte. A participação dos agricultores em circuitos regionais proporcionaria a eles a oportunidade de realizar vendas diretas aos consumidores, proporcionando-lhes maior autonomia.

A busca por autonomia tem sido muito enfatizada quando há uma procura de novas estratégias de inserção da agricultura familiar nas cadeias e circuitos de comercialização. Marsden (2000, 2003, 2017) entende que os participantes das cadeias curtas de abastecimento alimentar reivindicam sua autonomia frente àqueles que integram as cadeias longas e, principalmente, as cadeias industriais de abastecimento alimentar.

Para Sabourin (2009), a autonomia refere-se ao fortalecimento de trocas recíprocas não mercantis que se fundamentam nas dádivas, como as trocas de alimentos e de trabalhos, além de diferentes mecanismos de ajuda mútua que encontramos no meio rural. Ploeg (2010) aponta para a condição relacional da autonomia que é concebida a partir de relações heterogêneas de interação dos agricultores com o contexto externo. As “novas” formas de mercado – como as cadeias curtas – trazem à superfície uma discussão que se fundamenta através de um processo de reconexão entre produção e consumo, ressocialização e reespecialização dos alimentos (RENTING, MARSDEN E BANKS, 2006; RADOMSKY, SCHNEIDER, 2010). Finalmente, a autonomia diz respeito a dois processos fundamentais que visam o fortalecimento do agricultor familiar por meio de menor dependência quanto aos insumos produzidos e garantindo maior controle sobre os processos produtivos (BALESTRO, 2017), o que permitiria criar uma base de recursos controlada e autogerida (PLOEG, 2008).

Dessa forma, as cadeias curtas de abastecimento se consolidam de formas variadas, relacionadas a uma diversidade de aspectos que mudam de acordo com os contextos em que são estabelecidas. Isso permite que cada território identifique e recrie suas formas de produção (CASSOL, 2013).

No caso das feiras livres, que são consideradas um tipo de cadeia curta, há uma variedade de relações que se estabelecem ao redor das trocas diretas. Diante das exposições que foram feitas julgamos apropriado compreender, agora, as feiras livres de venda direta a partir de laços de sociabilidade e de interação face a face. Neste momento, a nossa análise será mais geral, para a apresentação da Feira do Produtor em Cordeiro, dedicaremos todo o capítulo três. No capítulo seguinte, buscaremos identificar como ocorre a construção social dos mercados e qual o papel do consumo nesse processo.

1.3 As feiras livres de venda direta: interação face a face e sociabilidade

Existem referências muito antigas quanto à existência das feiras. Um exemplo comumente citado encontra-se na Bíblia Sagrada (2016, p. 2005) que aponta para a venda no Templo de “bois, ovelhas e pombas e cambistas assentados negociando”. Alguns estudiosos da Era Cristã afirmam que nos Templos, devido à grande circulação de pessoas, os comerciantes levavam o excedente para ser vendido e trocado. Apesar disto, o aparecimento das feiras é normalmente associado à Idade Média, na Europa, em decorrência do desenvolvimento do comércio no Mediterrâneo, onde ocorriam encontros periódicos entre compradores e vendedores, com datas fixas e, geralmente, em épocas de comemorações profanas ou religiosas.

No Brasil, uma das primeiras referências sobre uma estrutura de comercialização parecida com as das feiras, data de 1687, com a venda de “*gêneros da terra, hortaliças e peixe, no terreiro da Misericórdia*” que ocorria na cidade de São Paulo (GODOY, 2005). Um dos estudos pioneiros sobre as feiras livres no Brasil, foi elaborado pela autora Marie-France Garcia (1992), que apresentou a feira como um espaço hierarquizado – simbólico e economicamente - na qual os produtos não são ordenados ou agrupados ao acaso, mas respeitam uma lógica própria de organização, focando principalmente na comercialização. Essa estrutura passou a ser conhecida e reconhecida em todo território nacional, contribuindo com o abastecimento interno a partir da produção e distribuição de diferentes produtos agrícolas.

Embora as feiras sejam formas tradicionais de comércio no Brasil elas não foram objeto de reflexão por um período significativo de tempo. Para Garcia (2002), isso fez com que elas passassem a ser consideradas como formas ultrapassadas de mercado e até mesmo arcaicas. O fato é que com o crescimento das redes varejistas, o consumo nas feiras foi perdendo importância, mas elas nunca deixaram de existir. Segundo Garcia (1984), seguiram como um espaço de comércio importante para a reprodução social e econômica da pequena agricultura.

Outro autor que discutiu a importância das feiras foi Moacir Palmeira (2014, original de 1971). Ao analisar a expulsão dos moradores do engenho, na Zona da Mata Pernambuco, o autor concluiu que as feiras desempenharam um importante papel na articulação social e econômica dos trabalhadores de engenhos, confirmando as feiras como um importante espaço de reprodução dos agricultores (PALMEIRA, 2014).

No decorrer dos últimos anos, a partir da legitimação da agricultura familiar, as pesquisas sobre feiras ganharam espaço. Para Cassol (2017)

Certamente esta revalorização está ligada à própria emergência do debate em torno das redes agroalimentares alternativas, mas também à importância política que vem

sendo atribuída a estes mercados enquanto ferramenta de valorização – através da comercialização – de alimentos produzidos localmente e enquanto estratégias favoráveis à manutenção e melhoramento da reprodução social dos agricultores (CASSOL, 2017, p. 204).

Enquanto um tipo de cadeia curta de abastecimento alimentar, as feiras livres de venda direta apresentam diferentes relações, assim como diferentes modos de funcionamento. Enquanto espaço de comercialização, é caracterizado como um mercado diferenciado. Nesses mercados, as relações identificadas vão desde a autenticidade dos produtos, até a construção de confiança entre os consumidores e os vendedores (CASSOL, 2017).

O estudo das feiras nos permite analisar quais são os vínculos que se estabelecem entre os produtores e os consumidores e quais são as relações que ocorrem com o mercado, a sociedade e a natureza. Por isso, um dos primeiros aspectos que devemos analisar ao iniciamos o debate acerca das feiras livres, é que, geralmente, elas trazem consigo elementos que dizem respeito à produção e o consumo. Apesar disto, o comércio não se limita a produtos *in natura* ou artesanais, contudo reveste-se de elementos sociais, econômicos, políticos e culturais, sendo possível identificar relações que envolvem aspectos como confiança mútua, reciprocidade, laços de solidariedade, reconexão entre os espaços urbanos e rurais, com destaque para as interações sociais e a natureza das trocas.

A feira carrega elementos culturais. Assim para além dos elementos econômicos ou comerciais, como as relações de compra e venda, chamamos atenção para o aspecto festivo do ato de “fazer a feira”. Afinal a palavra “feira”, deriva do latim *feria*, significa “dia de festa” ou “dia de descanso”. Só depois que o seu significado passou a estar ligado ao “mercado” ou “dia de comércio”, uma vez que havia uma relação direta entre festas de rua e comércio. Segundo Forman (2009),

A feira tradicional é um mercado periódico de vendedores itinerantes que se alojam em estruturas não-permanentes, as barracas, e que se reúnem num lugar determinado em um dado momento. A feira distribui essencialmente gêneros de primeira necessidade e serviços entre as pessoas do campo que dela participam como vendedores ou como compradores. Também serve para distribuir bens de consumo acabados ou semiacabados em áreas onde a ausência de capital líquido torna impossível a manutenção de grandes estoques (FORMAN, 2009, p.114)

As feiras são periódicas, e ocorrem, geralmente, uma vez por semana em espaços públicos, nos quais há a venda direta de mercadorias. Contam com a presença de diferentes classes sociais e proporcionam maior integração entre compradores e vendedores, o que potencializa a inserção da produção familiar em mercados agroalimentares, uma vez que os agricultores não dependeriam, necessariamente, de atravessadores para comercializar os seus

produtos e poderiam negociar os preços diretamente com os consumidores ou até mesmo com os donos de mercados locais.

Quanto a seu funcionamento, é comum observar que nas primeiras horas do dia, há maior fluxo de pessoas nas feiras. O preço cobrado, durante este período é mais alto, diminuindo na medida em que a hora passa. Em Cordeiro, foi possível identificar dois horários de grande circulação de pessoas: nas primeiras horas de funcionamento, entre sete e oito horas da manhã e após a Missa na Igreja Matriz, aproximadamente às onze horas.

Outra característica comum neste tipo de mercado é a relação de proximidade. É comum que os consumidores sejam tratados pelo nome e tenham a sua cesta de preferência conhecida pelos vendedores. Além disso, ao mesmo tempo em que o agricultor leva a sua produção, marcada pelas suas “impressões digitais”, ele também aprende na feira, com o comprador, sobre suas preferências de consumo, sobre novas técnicas de plantio e cultivo. Assim, à medida que os compradores expõem as suas preferências, o agricultor pode incorporar em sua maneira de produzir.

Não compreendemos as feiras como eventos isolados, mas buscamos situá-las dentro de contexto mais amplo e diversificado de alternativas para o escoamento da produção local. Pensando nisso, encontramos em Forman (2009) três categorias distintas para pensar as feiras: (i) a feira local, na qual as mercadorias seriam distribuídas nas áreas de difícil acesso; (ii) a feira de distribuição, ou seja, duas ou mais feiras de consumo que formariam uma rede de feiras e (iii) a feira urbana de abastecimento, que se realiza em dias específicos da semana como sendo parte de um grande mercado diário, funcionando com característica do mercado a varejo.

A feira urbana de abastecimento será aquela que buscaremos compreender. Nelas é possível observar relações sociais que são características deste tipo de comercialização, como por exemplo, a barganha do comprador que, por vezes, discute e debate os preços fazendo com que o agricultor crie uma habilidade que, não lhe é necessariamente, característica, como o atendimento paciente e a agilidade para lidar com as inconveniências da clientela (RADOMSKY, 2010).

Outra característica comum das feiras é o fato das mesmas ocorrerem, geralmente, nas zonas urbanas dos Municípios. Ao dissertar sobre isso, Cassol (2013) identifica nas feiras um papel indireto, ou seja, de fazer com que os consumidores reconheçam o papel do rural e da agricultura familiar na produção de alimentos, valorizando a figura do produtor, dos alimentos locais e, com isto, do próprio território, enquanto lugar geográfico, reconhecido e respeitado. Assim, a feira pode ser considerada como um ponto de encontro não só entre pessoas, mas entre

valores e significados, reunindo o rural e o urbano e despertando memórias de um “passado rural” recente.

Aliás, as trocas que ocorrem nas feiras embora sejam econômicas, estão imersas em relações de sociabilidades, com trocas de informações, de valores e de conhecimentos que passam de um para o outro. É uma forma de mercado que traz noções como respeito, identidade, local, território, e elementos que apontam para o desenvolvimento de uma “economia moral” (GOODMAN, 2004), baseada em bondade, equidade e justiça. A construção desses espaços envolve a interação entre diferentes atores sociais e instituições, o que torna as feiras livres redes agroalimentares alternativas, como nos lembra Cassol (2017):

(...) apesar de antigas e tradicionais, [as feiras] vêm ganhando espaço e legitimidade social enquanto formas simples e efetivas de comercialização de produtos, valorização da pequena produção, garantia de reprodução social da agricultura familiar e consumo de alimentos sazonais, típicos de regiões e territórios específicos (CASSOL, 2017, P. 205)

CAPÍTULO II - PRODUTORES E CONSUMIDORES: O CONSUMO, A CONSTRUÇÃO SOCIAL DOS MERCADOS E A CONFIANÇA NAS CADEIAS CURTAS DE ABASTECIMENTO ALIMENTAR

Cada vez mais as formas de organização contemporânea têm sido alvo de estudos. Procuramos entender quais são as relações sociais que estão por trás de comportamentos tão conhecidos, porém por vezes ignorados, como é o caso do consumo. Neste capítulo, em específico, buscaremos apresentar as características principais que envolvem os estudos acerca do consumo alimentar. Jacob e Chaves (2019) afirmam que

A nossa primeira experiência com a alimentação é a materna: ainda não havia luz, nem o verbo, apenas fomos abraçados por aquela esfera protetora durante alguns meses e alimentados do mesmo pão que nutriu as nossas mães. Talvez, por isso, alimentação seja um tópico que evoque tantas imagens de acolhimento, cuidado, docilidade e conforto (JACOB; CHAVES, 2019, p.1)

Falar de alimentação e de hábitos alimentares é uma tarefa complexa. Há, hoje, uma grande literatura a respeito do assunto, o que torna a nossa tarefa de recortar aquilo que interessa para o nosso trabalho, um tanto quanto complicada. Podemos compreender a alimentação por seu viés nutricional, simbólico, social, histórico e, até mesmo, a partir de uma dimensão política e ideológica, que, como afirmou Barbosa (2007), faz com que as nossas escolhas alimentares privilegiem não só o nosso destino biológico, mas que sejam atitudes também éticas e morais para com todos os seres vivos.

Dado isso, é importante destacarmos aqui que do ponto de vista sociológico há uma distinção cultural entre comida e alimento. “Ninguém come genericamente” (BARBOSA, 2007 p. 92). Os alimentos são ingeridos sob uma forma culturalizada. Há quem coma macarrão com feijão; feijão preto, “carioquinha” ou vermelho; come-se farofa sem carne, de banana e até mesmo de tanajura; come-se, no café da manhã, o pão francês, ou tapioca, ou cuscuz; e existem diferentes formas de se temperar uma salada, uma carne e até mesmo fazer um vinagrete para acompanhar o churrasco.

Os alimentos são sempre preparados a partir de um processo singular, que sofre influência dos nossos pares, e sempre gera um “sabor” único para a mesma comida. Consideraremos, portanto, comida como todo o processo de transformação do alimento, ou seja, o conjunto de nutrientes necessários para a reprodução física da vida humana e também o gosto (as preferências) de cada um.

Colaço e Menasche (2015) definem bem a distinção de comida e alimento,

O alimento transformado pela cozinha/cultura se torna comida e adquire um caráter público e também político: por meio da comercialização de produtos, tanto vindos da

terra natal como aqueles que serão preparados localmente com o que está ao alcance; na tentativa de reproduzir sabores da memória em pequenos comércios ou restaurantes que cumprem várias funções, desde proporcionar um meio de vida e sustento para muitas famílias, como também expor novos pratos para que circulem localmente; permitirão instituir tradições, reconhecimentos em busca de posições menos assimétricas com relação à sociedade local ou no convívio com outros grupos em situação semelhante (COLAÇO; MENASCHE, 2015, p.7)

Isto posto, buscando compreender as particularidades da produção e do consumo, principalmente em um contexto de cadeias curtas de abastecimento alimentar, utilizaremos a Sociologia do Consumo e a Sociologia Econômica. Esses referenciais teóricos nos permitem compreender que o ato de produzir e/ou selecionar mercadorias envolvem relações sociais que transcendem qualquer utilidade imediata daquele bem (PORTILHO *et al*, 2011).

Neste sentido, a Sociologia do Consumo avançou ao demonstrar que os bens possuem códigos compartilhados e compreensíveis (PORTILHO *et al*, 2009). Sendo fundamental entender que os hábitos ou gostos alimentares não são definidos apenas pelas condições socioambientais ou econômicas, mas por ritos, valores éticos ou religiosos, tradições familiares, fatores culturais, sociais ou psicológicos. Em resumo, “uma ação concreta de incorporação tanto de alimentos como de seus significados, permeada por trocas simbólicas, envolvendo uma infinidade de elementos e de associações capazes de expressar e consolidar a posição de um agente social em suas relações cotidianas” (CARVALHO; LUZ, 2011).

Por sua vez, a Sociologia Econômica está estruturada em três dimensões que são: (i) como as relações sociais (domésticas, principalmente) capazes de influenciar e orientar as ações econômicas, construindo assim, socialmente, as relações econômicas; (ii) como as variáveis mercantis (preço, renda, volume de emprego) que passam a ser explicadas, também, socialmente, o que evidencia a influência do social sobre o econômico e vice-versa e, finalmente, (iii) como a explicação por parte das dimensões cultural e cognitiva, na qual os fatos econômicos estão dentro dos fatos sociais (STEINER, 2006).

Ao compreendermos que as relações que se estabelecem entre produtores e consumidores são mais do que econômicas, a ideia de um agente econômico, o *homo economicus*, que toma suas decisões baseadas em valores egoístas e individuais, torna-se ultrapassada, uma vez que as motivações sociais são tão determinantes quanto. A vantagem da Sociologia Econômica e da Sociologia do Consumo está justamente na capacidade de explicar os fatos econômicos que a cercam para além do economicismo.

2.1 “Comida na mesa”: padrões de consumo alimentar, os consumidores e a sociologia da alimentação

Consumir, seja para fins de satisfação das necessidades básicas” e/ou “supérfluas” – duas categorias básicas no entendimento de consumo das sociedades ocidentais contemporâneas - é uma necessidade presente em toda e qualquer sociedade humana (BARBOSA, 2005, p. 7)

Cada vez mais tem aumentando a importância da compreensão do consumo para analisar tanto as relações sociais quanto as formas de organização contemporâneas. Em nossa sociedade, a maior parte das coisas tende a ser produzida para ser consumida. A produção, dessa forma, tem uma conexão profunda com o consumo, influenciando-o e ao mesmo tempo sendo orientada por ele. No entanto, os estudos acadêmicos acabaram considerando o trabalho e a produção como hierarquicamente superiores ao consumo. Apesar disso, alguns autores como Adam Smith, no século XVIII; Marx, no século XIX e Hannah Arendt, no século XX, acreditavam que o destino de toda a produção – artesanal ou de massa – era o consumo (BARBOSA E CAMPBELL, 2006).

O consumo pode ser visto como um processo social tanto elusivo quanto ambíguo. O consumo será elusivo porque mesmo que seja um pré-requisito para que ocorra a reprodução física e social de qualquer sociedade humana, só se toma conhecimento de sua existência quando é classificado, pelos padrões ocidentais, como “supérfluo, ostentatório e conspícuo” (VEBLEN, 1988), ou então sua presença será despercebida, sendo percebida apenas enquanto ausência ou carência (BARBOSA E CAMPBELL, 2006). Será ambíguo, conforme ilustrado por Barbosa e Campbell (2006), toda vez que for entendido como manipulação e/ou experiência, ou seja, como compra, exaustão, esgotamento e realização. Essa ambiguidade começa na própria etimologia⁷ da palavra consumo, que deriva do termo em latim *consumere*, que significa esgotar ou destruir; e também do inglês *consummation*, soma, adição. São esses os significados, positivos ou negativos, que se entrelaçam na vida nossa cotidiana.

Em paralelo ao surgimento das redes agroalimentares alternativas, que foi assunto do capítulo anterior, houve um processo mais recente direcionado para repensar o consumo alimentar. Para Goodman e DuPuis (2002), ainda assim, “o consumo foi negligenciado, subteorizado e tratado como exógeno, categoria estrutural, concedida como agência ou poder transformador somente no sentido abstrato e econômico da demanda” (GOODMAN; DUPUIS,

⁷ No Brasil, Barbosa e Campbell (2006) afirmaram que o significado de consumo se aproximou mais da primeira definição.

2002, p. 9, tradução própria). Diante disso, procuraremos aqui identificar quais são os elementos do consumo e dos consumidores poderão nos ajudar a entender como os alimentos são comercializados nas feiras e observar quais são as possíveis motivações que levam o cidadão a executar determinadas práticas cotidianas.

Desde o século XIX até meados do século XX, os estudos acadêmicos das Ciências Sociais estavam empenhados em entender a construção social dos mercados a partir das lentes da produção, passando quase que despercebida a perspectiva da demanda e do consumo (MARTIL, 2016). Na teoria sociológica, o consumo sempre ocupou um importante papel, mesmo que não recebesse tanta atenção quanto os estudos que eram orientados para compreender as questões de trabalho e de produção (CASSOL, 2013). Os primeiros estudos que foram orientados para compreender o consumo buscavam identificar quais eram os comportamentos e valores sociais compartilhados pelos indivíduos no ato de consumir.

Se atualmente nenhuma teoria que buscou entender a sociedade contemporânea conseguiu ignorar a importância do consumo (RITZER *et al*, 2001), foi a partir da década de 70, que trabalhos como “Sociedade de Consumo”, de Baudrillard (1995) passaram a tratar o *status* (posições sociais) existente nas relações entre os meios e os tipos de consumo. Outro exemplo é o de Bourdieu (2011), que analisando os estilos de vida e as formas de consumo, conseguiu o situar como parte de um conjunto de dispositivos, denominado *habitus* (CASSOL, 2013) que correspondem aos princípios que os consumidores carregam dentro de si, mas que foram dados pelo meio social, ou seja, foram construídos socialmente.

No entanto, ainda que o seu foco seja algo recente, é importante destacarmos que mesmo em trabalhos clássicos, que ficaram conhecidos pelas análises acerca da produção e da distribuição, já existiam elementos que apontavam para o consumo. Karl Marx apesar de ser conhecido por suas análises acerca da produção tem em seu *Grundrisse* (2011, original de 1939) refletiu sobre a formação do consumo, apontando para ele como um indutor da produção, sendo interdependentes.

A sociologia sempre orientou os seus estudos sobre o consumo a partir de duas perspectivas de análises distintas entre si. Por um lado, os estudos buscaram o compreender como interdependente de hábitos e práticas que estão imersos em valores sociais, de forma que os seus hábitos pudessem ser explicados a partir do estilo de vida adotado por uma classe social (BAUDRILLARD, 1995; BOURDIEU, 2011). Por outro lado, para autores como Bauman (2007), ele pode ser explicado a partir de um processo individualização, que inclui até mesmo o gosto. A ordenação social desses consumidores se daria a partir dos nichos, se antes a

validação social do indivíduo acontecia pelo trabalho que ele exercia, daí em diante seria através de sua cesta. Esta segunda perspectiva de análise o apresenta enquanto homogêneo e padronizado (RITZER, 1983) e/ ou anômico e desorientado (FISCHLER, 2007).

Tais definições apresentam uma relação direta com a questão alimentar. Ritzer (1983) em a “McDonaldização da Sociedade” comparou o desenvolvimento das sociedades com o funcionamento das redes de *fast food*, caracterizando-a a partir de elementos como eficiência, calculabilidade, previsibilidade e controle. Já Fischler (2007) em seu artigo intitulado “A McDonaldização dos Costumes”, apresentou elementos da industrialização agroalimentar, dos processos de produção e do conseqüente aumento do uso de agrotóxicos e/ou fertilizantes químicos para sustentar o consumo em massa. Para o Fischler (2007), diante de uma infinidade de possibilidades alimentares que eram colocadas diante das pessoas, a grande dificuldade encontrada residia em saber qual alimento comer e/ou qual orientação nutricional seguir.

Por isso, juntamente com o aumento da importância do consumo para os estudos acadêmicos, a questão alimentar também tem ganhado grande visibilidade nos últimos anos, pelos mais diversos motivos e em diferentes campos de estudo. Afinal,

O comer é, assim, uma ação concreta de incorporação tanto de alimentos como de seus significados, permeada por trocas simbólicas, envolvendo uma infinidade de elementos e de associações capazes de expressar e consolidar a posição de um agente social em suas relações cotidianas (CARVALHO, LUZ; 2011, p.148).

É possível analisar pelo recorte biológico e nutricional, afinal, sem os nutrientes dos alimentos, morremos. Por aspectos culturais, ao pensarmos que a maneira como comemos e preparamos os alimentos reflete a nossa sociedade e a nossa cultura. Por questões históricas, através do referencial teórico da história da alimentação; por questões econômicas com ênfase na formação de mercados e padrões de regulação e, ainda, pelo lado da antropologia e da sociologia, uma vez que a alimentação tem a capacidade de refletir hábitos, costumes e como uma determinada sociedade se organiza.

O primeiro relato de nosso descobrimento, por exemplo, traz alguns hábitos alimentares dos povos tradicionais do Brasil.

Eles não lavram, nem criam, nem há aqui boi nem vaca, nem cabra, nem ovelha, nem galinha, nem nenhuma outra alimária que seja acostumada ao viver dos homens. Nem comem senão desse inhamo que aqui há muito e dessa semente e frutos que a terra e as árvores de si lançam. E com isto andam tais e tão rijos e tão nédios, o que não somos nós tanto com quanto comemos de trigo e legumes. (CAMINHA, 1963; p.44)⁸

⁸ Fragmento retirado da carta escrita por Pero Vaz de Caminha, ao Rei d. Manuel em 1 de maio de 1500. O texto pode ser encontrado no livro “Carta a El Rei D. Manuel, 1963.

Além disso, a história da alimentação e a história do Brasil podem ser observadas, juntas, a partir de diversos autores e sob diferentes lentes. Em “Casa Grande e Senzala”, Gilberto Freyre traz o tema da culinária e da alimentação de forma pioneira, apresentando a alimentação junto com reflexões acerca de raça, identidade e modernidade. Por sua vez, Antônio Cândido em “Parceiros do Rio Bonito” descreve como viviam os caipiras e qual era a base de sua alimentação, trazendo elementos como a agricultura de subsistência, a cooperação vicinal, descrevendo o processo de descaracterização sofrida a partir do processo de industrialização e da modernização, que já apontavam para a necessidade de políticas públicas e reformas. E, ainda a título de exemplo, Josué de Castro lança luz sobre a problemática da alimentação no Brasil, de forma pioneira e corajosa, trazendo considerações sobre a alimentação na perspectiva social, econômica e biológica, apresentando a questão alimentar e nutricional para pensar o próprio desenvolvimento, conforme afirmou Renato Maluf (2009) em uma entrevista sobre o autor.

Como podemos ver os estudos acerca da alimentação não são recentes. Sua importância está relacionada com o fato de a alimentação se apresentar como uma necessidade fisiológica, um direito humano e um ato sujeito a cultura, crenças, ideologias e filosofias, capaz de manifestar processos sociais refletindo o estado atual do mundo. Conforme a sociedade se transforma e surgem novas informações, a maneira com a qual nos alimentamos também muda. Muito mais do que um “simples” ato biológico, a alimentação humana é um ato social e cultural.

Diante disso, a Sociologia da Alimentação se apresenta, buscando romper com a ideia de um sistema alimentar hegemônico e construindo um diálogo entre alimentação e bem-estar social, respeitando a integridade ambiental e territorial (JACOB; CHAVES, 2019). Justamente porque “pensar alimentação na sua intersecção com a Sociologia é adentrar em um campo de luta, de ativismo, de engajamento democrático de defesa de Direitos Humanos” (JACOB; CHAVES, 2019, p. 4).

Os debates contemporâneos sobre a alimentação trazem uma perspectiva sociopolítica e cultural passando a ser apresentada enquanto construtora de identidade individual e como um elemento de diferenciação social. Para Azevedo (2017), é possível apresentar cinco diferentes eixos temáticos para a compreensão da alimentação. São eles: (i) riscos, controvérsias e a insegurança alimentar e nutricional, alertando sobre a gastronomia em Fischler (1995; 2007); (ii) os reflexos da globalização e da urbanização, identificando como tais fenômenos influenciam as escolhas alimentares; (iii) “como comer de outras formas”, trazendo discussões sobre alimentação e ética, gênero, sexualidade e artes, (iv) a gastronomia, e conseqüentemente

o papel do *chef* e (v) o ativismo alimentar, em que a autora chama atenção para ações e repertórios baseados em agroecologia, agricultura orgânica e veganismo (AZEVEDO, 2017).

No que tange a compreensão do consumo e do papel dos consumidores, mais de um referencial teórico poderá ser utilizado, para esta dissertação buscaremos respostas a partir da Sociologia do Consumo e da Sociologia Econômica. As abordagens escolhidas apresentarão tanto o papel desempenhado pelos consumidores e quais são os valores e as motivações que estão por trás das escolhas alimentares.

Enquanto nos debruçávamos sobre a literatura para a construção deste trabalho, identificamos que o consumo europeu se transformou no decorrer dos anos com mudanças nos padrões de consumo, principalmente no que diz respeito a dieta alimentar (MIELE, 2001)

Se fizéssemos uma linha do tempo para observar as mudanças nos padrões de consumo na Europa, observaríamos que nos anos 1960, a questão da quantidade de alimentos foi priorizada enquanto nos anos 1970 os consumidores passaram a demandar alimentos diferenciados. Com a consolidação dessa tendência, nos anos 1980, apareceu o “consumidor hedonista”, um indivíduo que buscava a satisfação de seus prazeres e de suas necessidades a partir de bens e serviços. Como consequência, desenvolveu-se, nesse período, a segmentação de produtos em diferentes nichos de mercado (MIELE, 2001).

A partir de 1990, a questão da qualidade dos alimentos passou a ser privilegiada frente à questão da quantidade, data deste período a “virada de qualidade”, apresentada no capítulo anterior. Os estudos, a partir de então, buscaram compreender o movimento de reaproximação entre produtores e consumidores (MIELE, 2001).

No mais, os estudos europeus estiveram orientados pelo processo de industrialização e o ultra processamento dos alimentos; pelos problemas de saúde pública como a obesidade; as questões relacionadas à sustentabilidade ambiental; pelas consequências do uso de agrotóxicos e fertilizantes químicos (MCMICHAEL, 2009); e, finalmente, pela compreensão das práticas envolvidas nas “redes agroalimentares alternativas”.

Por sua vez, ainda que todos esses elementos sejam comuns aos estudos brasileiros as mudanças alimentares se consolidaram, primeiramente, por uma preocupação com a saúde e o seu bem-estar e não precisamente por uma necessidade em se superar as contradições existentes em um modelo capitalista de produção e consumo. Até mesmo quando pensamos nos consumidores de alimentos diferenciados (como orgânicos, agroecológicos e de produção familiar) não necessariamente identificamos uma preocupação social.

Guivant (2008), ao analisar o consumo de produtos orgânicos pelos brasileiros, identificou que há, no Brasil, dois tipos de consumidores: o *ego-trip*, os quais buscam preservar a segurança qualitativa, nutricional e sanitária dos alimentos buscando melhor saúde, beleza e boa forma; e o *ecológico-trip*, que se caracterizam pela busca de um contato, muitas vezes simbólico, entre o consumidor e o seu ambiente, que se traduziria não só com o consumo de produtos mais naturais, mas também com um estilo de vida mais próximo da natureza. No mesmo sentido, o estudo de Barbosa (2009) problematizou as motivações que levavam os consumidores a buscar os produtos alternativos. Para ela, embora haja uma preocupação com a origem dos alimentos, as questões de saudabilidade se destacam.

Em sua tese de doutorado intitulada “Certificação participativa e regimes de propriedade intelectual”, Radomsky (2010) percebeu que, na Rede Ecovida de Agroecologia, as relações sociais entre os consumidores e os produtores são mais importantes do que os selos que garantem a qualidade dos produtos. Ainda nessa direção, Ferrari (2011), observando os consumidores da Feira Agroecológica de Chapecó/SC, percebeu que a busca pelos produtos era motivada por diferentes razões. Para além das que foram apontadas anteriormente nos estudos dos autores citados acima, ele demonstrou que o comprar na feira se tornou um hábito, o que possibilitou a criação de laços de amizade, confiança e reciprocidade.

Em 2012, Scarbelot (2012) buscou compreender a construção das cadeias curtas de produção e consumo em Santa Catarina, a partir do município de Nova Veneza. A autora identificou que a escolha dos consumidores se justificava, na maior parte das vezes, como uma tentativa de se reconectar por meio dos produtos consumidos com o meio rural. Já em 2013, Cassol (2013), em sua dissertação sobre a Feira do Pequeno Produtor em Passo Fundo/RS, destacava um elemento em sua análise, a questão da preferência pelos produtos da feira, em detrimento a uma preocupação com o preço, que não parecia pesar na compra dos produtos. Destacava-se, sim, a qualidade intrínseca do produto, que está relacionado com a forma que eles são produzidos.

À face do exposto, podemos afirmar que o consumo de alimentos diferenciados ou não passa por contradições e transformações. O consumo não é externo ao processo de produção, mas interconectado. Por isso, o produzir, o distribuir e o consumir são relações complexas e socialmente construídas. Não podemos considerar, assim, tais processos como lineares. Deste modo, recorreremos ao referencial da sociologia econômica para compreender como espaços de comercialização e consumo apresentam relações que não são puramente mercadológicas sendo possível identificar aspectos como sociabilidade, interconhecimento e reciprocidade.

2.2 A sociologia econômica, os mercados socialmente construídos e a (re)construção da confiança

Desde os anos 1980, tanto nos Estados Unidos quanto na Europa, a sociologia econômica tem sido usada para analisar e fornecer explicações alternativas à teoria neoclássica sobre os fatos econômicos (RAUD-MATTEDI, 2005). Nós sabemos que grande parte dos estudos clássicos da teoria social buscava identificar como os comportamentos e as instituições eram afetadas pelas relações sociais (GRANOVETTER, 2007). Assim, a sociologia econômica procurou associar as explicações econômicas e sociológicas, estudando fatos econômicos enquanto fatos sociais (STEINER, 2006).

Embora possamos situar historicamente o surgimento da sociologia econômica no final do século XIX (como uma reação à hegemonia da teoria neoclássica), teóricos como Durkheim e Weber já apresentavam reflexões pioneiras que nos permitiam analisar os mercados enquanto construções sociais. Ambos os autores refletiam sobre o papel das instituições para a orientação do comportamento do ator econômico. O que nos aponta para uma separação histórica entre a sociologia econômica e a nova sociologia econômica⁹.

De acordo com Steiner (2006) é possível identificar dois momentos históricos em direção à sociologia econômica: o primeiro período vai de 1880 a 1920, com teóricos como Weber e Durkheim que criticaram a simplicidade da teoria econômica neoclássica em explicar os fatos econômicos. Eles reivindicavam análises históricas e institucionais. A principal contribuição desses autores foi apontar para a capacidade que as instituições tinham em orientar o comportamento do ator econômico e desse modo regular o mercado (RAUD-MATTEDI, 2005).

O segundo momento histórico surgiu (também) a partir da crítica ao modelo neoclássico, que era até então o modelo econômico vigente. Esse se originou nos anos 1970 e se mantém até o presente. Foi marcado pela compreensão de que nem todos os comportamentos econômicos eram racionais, ainda que, muitas vezes, os motivos sociais destes comportamentos pudessem ser explicados racionalmente (STEINER, 2006). Por isto, para Steiner (2006), a vantagem da sociologia econômica estaria na capacidade de explicar os fatos econômicos de maneira mais satisfatória, “talvez mesmo de maneira mais satisfatória do que a explicação que chegaria a teoria econômica sozinha” (STEINER, 2006, p.2).

⁹ Não buscaremos identificar aqui quais são os pontos de ruptura e de continuidade entre a “Sociologia Econômica” e a “Nova Sociologia Econômica (NSE)”. Para mais informações sobre esse assunto consultar Swedberg (1994); Gislain; Steiner (1995).

Três são as dimensões que evidenciam a incapacidade da teoria econômica em explicar o funcionamento da sociedade (STEINER, 2006). A primeira dimensão afirma que os estudos sociológicos analisam como as relações econômicas são influenciadas por relações sociais, fenômeno esse conhecido como “construção social das relações econômicas”. Segundo Steiner (2006), os autores demonstram como as relações sociais, principalmente as domésticas, redefinem o uso da moeda. A segunda dimensão apresenta um exame analítico explicando de maneira sociológica as variáveis mercantis como preço, renda e volume de emprego. Os estudos direcionados nesse sentido mostram, por exemplo, como as relações sociais influenciam na tomada de decisão dos indivíduos. Finalmente, a terceira dimensão apresenta os aspectos culturais e cognitivos afirmando que os fatos econômicos não podem ser entendidos separadamente, mas a partir das percepções dos fatos sociais (STEINER, 2006).

Carvalho (2010) aponta que, num contexto geral, a Sociologia Econômica foi desenvolvida tanto por sociólogos como por economistas, de modo que enquanto o último grupo procurava inserir os fenômenos econômicos que os preocupava dentro da realidade social. A primeira categoria investigava de forma sociológica os fenômenos econômicos. Após fazer uma análise das considerações feitas por Swedberg e Smelser (1994), apresentou um quadro, que reproduziremos a seguir, para elucidar as principais diferenças entre a sociologia econômica e a economia.

Quadro 4: Comparação entre a Sociologia Econômica e a Teoria Econômica

	Pressupostos da Sociologia Econômica	Pressupostos da Economia
1. Conceito de ator	O ator está relacionado com outros atores e integra grupos e a sociedade em geral	Não há relações entre atores, conceito de indivíduo (interesse se concentra no indivíduo isolado, ao qual são imputadas motivações utilitaristas)
2. Ação Econômica	Consideram que as práticas dos atores são produto de um conjunto de causas, tais como os valores sociais, a tradição, entre outras. São usados diferentes tipos de ações econômicas, e a racionalidade uma delas.	Todas as ações humanas são assumidas como racionais. A racionalidade é uma assunção.
3. Constrangimentos da atividade econômica	As ações econômicas são condicionadas pela raridade dos recursos, pela estrutura social e por estruturas de significado.	As ações econômicas são condicionadas pela raridade dos recursos, incluindo os tecnológicos
4. Relação da Economia com a sociedade	Economia é apenas um subsistema que integra e é influenciado pelo sistema social.	As referências básicas são o mercado e a economia. Os parâmetros sociais são vistos como estáveis, ou seja, a sociedade está “fora”.
5. Objetivo de análise	Descrição e explicação dos fenômenos e raramente predição	Predição e explicação dos fenômenos e raramente descrevê-los.
6. Método de análise	Utilizam vários métodos, incluindo o comparativo e histórico. Os dados são frequentemente produzidos pelo investigador.	Métodos formais, especialmente a produção de modelos matemáticos. São frequentemente usados os dados disponíveis, particularmente os dados oficiais.

Fonte: Carvalheiro (2010).

Apesar das diferenças existentes entre as teorias, a Sociologia Econômica não pretende recusar a Teoria Econômica. Seu objetivo é segundo Cavalheiro (2010), unir as análises sociológicas e econômicas de maneira que se possa obter uma explicação mais eficiente para os fatos socioeconômicos. Cassol (2013) afirma que coube à Sociologia Econômica demarcar as suas análises a partir de dois processos distintos: o da noção da construção social dos mercados, e da “imersão social das atividades econômicas”.

Como o mercado tornou-se uma instituição que está no centro da vida econômica, tanto das sociedades modernas como da Teoria Econômica (Steiner, 2006); ele é o fio condutor para as análises da Sociologia Econômica. Na “apresentação à edição brasileira”, do livro “A

sociologia econômica' de Steiner (2006), Martes, Durand e Abramovay (2006) fazem a seguinte observação:

O mercado da teoria econômica é, antes de tudo, um ponto de equilíbrio entre oferta e procura ao qual se chega pela ação independente, soberana e atomizada de indivíduos que não guardam qualquer tipo de relação permanente um com os outros. Em outras palavras, a Economia fala, no singular, do mercado supondo uma situação em que ele funciona sem nenhum entrave ou constrangimento, moral, religioso ou legal. De forma distinta, a Sociologia mostra, desde o início, as relações sociais que estruturam a troca entre os agentes presentes nos mercados. Mercados são, para a Sociologia, estruturas sociais, formas mais ou menos permanentes de interação em que os indivíduos estabilizam seus laços sociais e submetem-se, por aí, a recompensas e sanções (MARTES *et al.*, 2006, p. xi)

Nesse sentido, o que podemos afirmar é que a sociologia econômica se preocupa em analisar os mercados enquanto construções sociais como instituições objetivas, compreendendo não somente as relações abstratas e pessoais que se desenvolvem no interior dos mercados. Procura identificar quais são os valores, as crenças e as regras que determinam, regulam e influenciam a maneira com a qual os seres humanos se comportam nos mais diferentes aspectos de sua vida, inclusive economicamente.

Karl Polanyi, considerado um dos fundadores da Sociologia Econômica, buscou compreender as relações econômicas ao longo da história e é considerado um dos autores mais críticos quanto à economia de mercado. Machado (2009) afirma que o autor, em sua época, travou um importante debate metodológico, realçando a distinção entre uma economia no sentido substantivo (debate substantivista) e a economia no sentido formal (paradigma formalista, a “falácia economicista”).

A corrente dos formalistas, que também ficou conhecida como “individualismo metodológico”, apresentou o comportamento humano como o de um “selvagem individualista”, maximizador que toma todas as suas decisões baseadas em necessidades infinitas e recursos escassos. A crítica de Polanyi à teoria econômica e ao liberalismo econômico, ou seja, a teoria econômica no sentido formal, “reside justamente no fato de que sua análise mantém a história econômica ligada à história das ideias sobre economia” (SCHNEIDER; ESCHER, 2011, p. 188).

Para Polanyi o estudo da Economia baseou-se em um conjunto de formulações abstratas que apresentavam o *homo economicus* enquanto um sujeito que só respondia a motivações de ordem utilitária buscando o comércio e o lucro. Para ele,

A descoberta mais importante nas recentes pesquisas históricas e antropológicas é que a economia do homem, como regra, está submersa em suas relações sociais. Ele não age desta forma para salvaguardar seu interesse individual na posse de bens materiais, ele age assim para salvaguardar sua situação social, suas exigências sociais, seu patrimônio social. Ele valoriza os bens materiais na medida em que eles servem a seus

propósitos. Nem o processo de produção, nem o de distribuição está ligado a interesses econômicos específicos relativos à posse de bens. Cada passo desse processo está atrelado a certo número de interesses sociais, e são estes que asseguram a necessidade daquele passo. É natural que esses interesses sejam muito diferentes numa pequena comunidade de caçadores ou pescadores e numa ampla sociedade despótica, mas tanto numa como noutra o sistema econômico será dirigido por motivações não-econômicas (POLANYI, 2000, p. 65)

Para o debate substantivista, em que Polanyi se apresenta como principal autor, a economia passava a ser vista como um processo em que havia a manifestação das interações entre o homem e o ambiente, de modo que a própria sobrevivência humana dependia de sua relação com a sociedade. Sendo assim, seria a interação do homem com o meio que asseguraria a satisfação de suas necessidades. Logo, a economia moderna não possuiria a capacidade de explicar as relações primitivas e suas organizações sociais – a reciprocidade, a redistribuição e a domesticidade (POLANYI, 2000). Seu escopo de análise abrangeria, então, a economia de mercado – a sociedade de mercado – nas quais o preço e o comportamento racional apresentavam-se como elementos cruciais (CASSOL, 2013).

É através de uma interpretação subjetiva da economia que Polanyi busca interpretar a sociedade, histórica e antropológicamente, observando o desenvolvimento de economias arcaicas, primitivas e modernas. Cassol (2013) considerou que, para Polanyi, o desenvolvimento das economias em direção ao mercado (no caso, a economia de mercado), foi muito mais um processo social do que um modo natural de organização em torno das atividades econômicas

Em seu livro “A Grande Transformação” de 1980, Polanyi apresentou o conceito de *embeddedness*, ou seja, da “imersão da vida econômica na vida social”, afirmando que “em vez de a economia estar embutida nas relações sociais, são as relações sociais que estão embutidas no sistema econômico” (POLANYI, 2000, p.77). Para o autor, até o surgimento de uma sociedade industrial regulada pela economia, “o sistema econômico estava submerso em relações sociais gerais; os mercados eram apenas um aspecto acessório de uma estrutura institucional controlada e regulada, mais do que nunca, pela autoridade social” (POLANYI, 2000, p.77).

Desse modo, na sociedade de mercado, que é resultante da Revolução Industrial, a esfera econômica tornou-se independente, desvinculada e automatizada das outras esferas da vida social, processo que ficou conhecido como *dis-embeddedness*. Segundo Polanyi (2000), em um sistema de mercado não somente os bens e serviços são convertidos em mercadorias, mas as pessoas, enquanto força de trabalho, e os seus meios de vida. Os mais diferentes aspectos são passíveis e sujeitos a serem precificados.

Schneider e Escher (2011) afirmam que, na perspectiva de Polanyi, a economia de mercado não seria um fenômeno espontâneo, mas um projeto político que foi realizado a partir de uma mudança institucional em decorrência de um processo de mercantilização da terra, do trabalho e do capital. Desse modo, “esta desvinculação e autonomização (*dis-embeddedness*) da economia são, ao mesmo tempo, uma realidade sociológica objetiva e um projeto político orientado por interesses de atores, grupos e classes sociais específicas” (SCHNEIDER; ESCHER, 2011, p. 197).

Mesmo que os argumentos levantados por Polanyi ainda sejam atuais e relevantes, alguns autores apresentam duras críticas às análises feitas por ele¹⁰. Granovetter e Swedberg (1992) acreditam que mesmo nas sociedades arcaicas, ou pré-industriais, as relações existentes não eram isentas de relações de mercado e, de igual forma, nas relações de mercado também haveria a redistribuição e a reciprocidade. A única diferença entre elas seria o nível em que a imersão social nas atividades econômicas (*embeddedness*) ocorre, que varia de acordo com a época em que ocorre a análise.

Baseado nisso, Granovetter (2007, original de 1985), em seu artigo “Ação econômica e estrutura social: o problema da imersão” contrapôs Polanyi ao apresentar o conceito de imersão junto com o de redes sociais, afirmando que as ações e instituições econômicas são construídas e situadas e não podem ser explicadas por motivos individuais. Por conseguinte, o principal argumento é que as ações dos atores respondem às motivações sociais e econômicas, que são influenciadas pelas redes em que estão inseridos.

O autor (2007), a partir de suas análises, criticou duas vertentes teóricas denominadas por ele como (i) “supersocializada”: são as teorias que afirmam que o indivíduo já possui os padrões comportamentais interiorizados de modo que as relações sociais só possuem efeitos periféricos nos mesmos; e (ii) “subsociada”: em que há uma concepção utilitarista, em que o ator, enquanto um indivíduo racional seria orientado a tomar suas decisões baseadas em seu próprio interesse.

Para superar essa dualidade, Granovetter (2007) propõe que seja feita uma abordagem segundo a teoria weberiana, considerando a ação econômica enquanto uma ação social, que é socialmente situada, condicionada por relações interpessoais e de pertencimento a uma mesma rede social.

¹⁰ Para mais informações sobre o debate e as críticas a teoria de Karl Polanyi consultar Granovetter e Swedberg (1992), Smelser e Swedberg (2005) e Machado (2009).

A literatura da imersão social das atividades econômicas também chama atenção para a cultura como um fortalecedor de laços. Sonnino (2007) argumentou que os processos econômicos carregam em si elementos culturais que são traduzidos com diferentes significados e representações. Para a autora, outro elemento fundamental e que faz parte do processo de imersão, é a confiança resultante da interação social que foi estabelecida. As relações econômicas, assim, estão imersas em relações sociais e são influenciadas pela construção de valores, laços sociais e culturais. De outro lado, a confiança é construída a partir de trocas econômicas e da construção social dos mercados.

Como aponta Cassol (2013), uma das grandes questões da Sociologia Econômica é verificar como as relações sociais e econômicas determinam e influenciam o modo com as pessoas agem e como constroem as relações de troca, ou seja, as relações mercantis. Desse modo, os mercados não são vistos apenas como ambientes de transação econômica, mas de interação social.

Thompson (1998) afirmou que os mercados eram o lugar onde ocorriam diversas transações; as notícias eram dadas, os rumores e os boatos eram espalhados e discutia-se política. O mercado era um lugar em que as pessoas sentiam, por um momento, que tinham grande força. Portanto, quando os indivíduos têm acesso a esses mercados, eles têm acesso a relações sociais ali existentes. Os mercados também possuem um papel estratégico, principalmente os mercados locais. Nessa mesma perspectiva, Wilkinson (2010) nos relembra que os agricultores familiares têm, nos mercados locais e nas redes agroalimentares alternativas, formas para resistir à desregulamentação e à globalização, bem como às imposições agroalimentares dos grandes impérios. Os mercados locais garantem a sobrevivência dos pequenos e médios produtores e abrem espaço para a criação de outros mercados institucionais.

No caso brasileiro, por exemplo, os programas como PNAE e PAA formam canais institucionais de comercialização que procuram fortalecer mercados institucionais específicos para os produtos da agricultura familiar. Cresce também os espaços para venda direta e para as agroindústrias familiares que usam conhecimentos tradicionais e revalorizam o local, artesanal e evidenciam a qualidade de produtos. Além das trocas mercantis são apontadas as trocas de experiências. Tais mercados são vistos como um prolongamento das relações familiares (Wilkinson, 2010).

Esses mercados se apresentam como formas alternativas de produção e consumo e possuem a capacidade de se consolidarem como um mercado de consumo diferenciado, baseado na confiança, na reciprocidade, na reconexão e na realocização. As redes alternativas de

produção, consumo e distribuição revalorizam os alimentos e, conseqüentemente, a alimentação. Por meio das cadeias curtas, reintroduzem a importância tanto dos produtores quanto dos consumidores, ao evidenciarem a importância do local e do feito em casa, da troca de experiências e do fazer, tornam o consumidor como o responsável por aquilo que ele escolhe. Bem como são capazes de reaproximar os atores sociais por meio da confiança, da sociabilidade, do reconhecimento e do pertencimento.

Os mercados agrícolas, tais como a Feira do Produtor Rural em Cordeiro, estão interligados com diferentes mercados e redes que se estabelecem por normas que não são puramente econômicas. Enquanto um mercado socialmente construído, a feira reflete a criação e permanência de laços entre os consumidores e os produtores. A interação social e a construção social de mercados diferenciados, nos quais os produtores e os consumidores são capazes de trocar informações, valores e conhecimento, mutuamente, ocorre não por razões mercadológicas, entretanto a partir do compartilhamento de valores sociais e culturais, o que faz com que sejam estabelecidas relações de confiança entre eles. O significado de confiança está atrelado à crença na retidão moral, no caráter e na lealdade de outra pessoa, mas também é demonstração de familiaridade, de informalidade e de crédito recíproco. Confiamos em alguém e recebemos a confiança de volta.

Zaneti (2017) afirmou que a confiança é um dos pilares importantes na construção de cadeias curtas e socialmente enraizadas. Goodman (2003, p.1) afirma que “(...) o *embedness*, a confiança e o local são as principais categorias analíticas para compreender o *quality turn* em práticas alimentares”. Granovetter (2007) reconhece que é através das relações sociais, que os atores construirão valores como confiança, racionalidade e relações de proximidade.

A temática da confiança é amplamente debatida principalmente na literatura acerca da construção social dos mercados. No entanto, não há uma definição exata do que seja confiança, ainda que se reconheça que a “confiança dispõe de mecanismo morais, como a proximidade das relações, a reciprocidade e a reputação, para reduzir o risco e a má fé” (Zaneti, 2017, p.212). Para Vélez-Ibañez (1993 *apud* Scarbelot, 2012), a confiança é um ideal cultural que se baseia na busca da boa vontade em que as pessoas têm em estabelecer uma relação recíproca. Sendo a confiança o resultado de relações sociais, ela se expande à medida que é vivida. Portanto, é capaz de adaptar-se às novas dinâmicas que surgem. É justamente a confiança que, segundo o autor, é capaz de garantir, a partir da diminuição da incerteza e da insegurança, que determinadas regras contratuais serão seguidas.

Prigent-Simonin e Hérault-Fournier (2005), ao apresentarem a confiança a partir da percepção da qualidade dos produtos locais, concluíram que a confiança é uma das chaves para o sucesso e a estabilidade das trocas. É possível identificar duas abordagens completares quanto à confiança: a primeira diz respeito ao conhecimento que se baseia em fatos que foram percebidos ou adquiridos com o passar do tempo; enquanto a segunda, para superar o fato de o conhecimento ser ilimitado, relaciona-se à confiança como crença. Logo, a confiança seria composta tanto pelo conhecimento quanto pela crença (PRIGENT-SIMONIN E HÉRAULT-FOURNIER, 2005).

Um dos autores que mais trouxe a discussão acerca da crença presente na confiança foi Simmel (1989). O mesmo afirma que “sem a crença dos homens uns nos outros, a sociedade ruiria”. Zucker (1986 *apud* Wanderley 1999), por sua vez, defende três diferentes processos para a construção da confiança: (i) confiança que surge a partir de transações recorrentes e que estariam ligados a questões de vizinhança; (ii) confiança que se baseia em similaridade social, etnia, raça e gênero; (iii) confiança que se sustenta a partir de instituições e estruturas sociais formais.

Por esse ângulo, podemos apontar para o fato de a confiança se apresentar como um elemento central na construção social dos mercados, principalmente em espaços em que o comércio é diferenciado, havendo maior interação entre produtores e consumidores. Como visto no capítulo anterior, uma das principais características das redes agroalimentares alternativas é a capacidade de reaproximar os consumidores e os produtores, gerando uma revalorização de conhecimentos tradicionais e técnicas artesanais de produção, por exemplo. Fundamentados nisso, podemos afirmar que o próprio processo de revalorização está ligado ao reconhecimento da qualidade¹¹ dos produtos, “assenta-se sobre uma crença compartilhada embasada em valores sociais e culturais que legitimam estes conhecimentos, técnicas e significados tradicionais associados ao consumo e a produção de alimentos” (CASSOL, 2013, p.110).

A confiança é, e continua sendo, construída por meio de um processo social e de interações que estão imersas em valores sociais e culturais, e de realidades que se aproximam. Enquanto os consumidores se relacionam dos produtores e aproximam dos mesmos, ocorre uma diminuição da importância de elementos econômicos como o preço.

Cassol (2013), ao estudar a Feira do Pequeno Produtor Rural de Passo Fundo, fez algumas considerações que nos são úteis. O autor (2013) afirmou que a atribuição da confiança

¹¹ Não é nosso objetivo aqui fazer um debate sobre a construção da qualidade nas redes agroalimentares alternativas. Para mais informações, ler Ferrari (2001); Scarbelot (2012);

e da legitimidade dos produtos locais que são vendidos na feira é causa e efeito dos valores sociais que são socialmente compartilhados e reconhecidos. De modo que é efeito porque os consumidores se identificam com a qualidade dos alimentos, relembram do passado rural comum e compartilham de uma mesma moralidade. Por outro lado, a confiança pode ser a causa principal da busca por alimentos na feira, uma vez que tais alimentos são vistos pelos consumidores como sendo mais confiáveis do que aqueles que são vendidos em outros espaços comerciais (CASSOL, 2013).

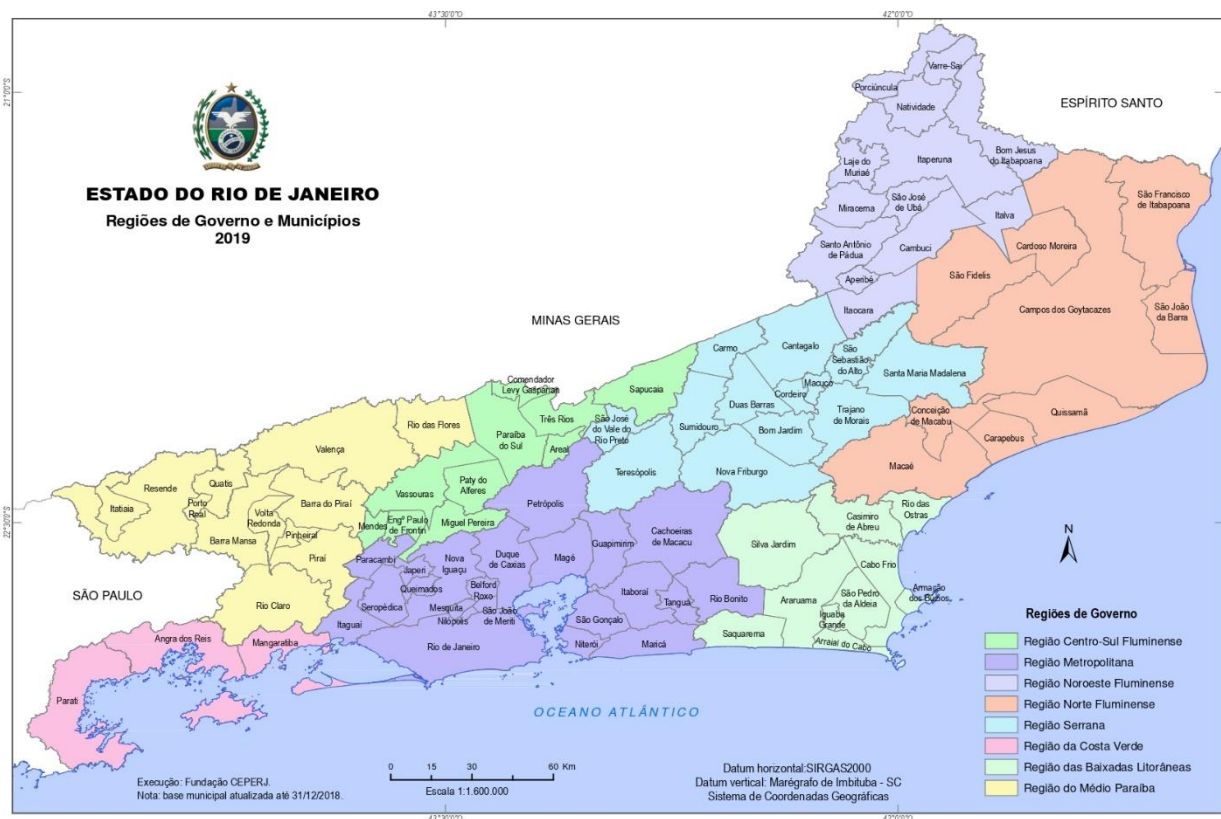
A Feira do Produtor Rural em Cordeiro se sustenta por meio da confiança mútua gerada entre os consumidores e os produtos e também por meio de valores sociais que são construídos e compartilhados. Desse modo, a feira, por meio da interação face a face, é um elo para o compartilhamento de valores sociais e culturais. Ao fim e ao cabo, concluímos que são as relações e interações sociais que originam a confiança, e esta, por sua vez, é capaz de construir, socialmente, alimentos com maior qualidade.

CAPÍTULO III - O CASO DE CORDEIRO: SUA HISTÓRIA E A FEIRA DO PRODUTOR RURAL EM CORDEIRO

O presente capítulo busca analisar a Feira do Produtor Rural em Cordeiro. Para isso nós dividiremos o capítulo em quatro seções, além desta introdução. Aqui orientaremos as nossas análises de modo a caracterizar a Região Serrana do Rio de Janeiro e o seu desenvolvimento rural. Uma vez que esta dissertação tem por finalidade estudar a Feira que se encontra no Município de Cordeiro, que se localiza na parte norte da Região Serrana, nossas considerações focarão nesta parte do estado.

Em termos político-administrativo, o Estado do Rio de Janeiro é formado por oito grandes regiões: serrana, centro-sul fluminense, baixo paraíba, costa verde, metropolitana, baixadas litorâneas, norte fluminense e noroeste fluminense (figura 3).

Figura 3: Estado do Rio de Janeiro: Regiões de Governo e Municípios



Fonte: Ceperj, 2019

A produção agrícola é pouco representativa na atividade econômica do estado, que é caracterizada normalmente por ter altas taxas de urbanização e industrialização. Junto com o Estado de São Paulo, o Rio de Janeiro concentrou mais de 42,7% do Produto Interno Bruto

(PIB) do Brasil em 2016, sendo responsável por 10,2%. Segundo dados do Centro Estadual de Estatísticas, Pesquisas e Formação de Servidores Públicos do Rio de Janeiro - Ceperj (2017), enquanto o valor adicionado pelo setor de serviços foi de 80,91% e o da indústria foi de 18,51%, o setor agropecuário contribuiu com uma parcela de apenas 0,5%.

Associado a este aumento da participação dos setores secundários e terciários na atividade econômica, acentuou-se a urbanização do estado. Foi a própria dinâmica de urbanização que contribuiu para que houvesse uma mudança no meio rural. Para Rúa (2006), o intenso processo de urbanização transformou o espaço rural, ampliando o turismo rural e disseminando empregos não agrícolas, contribuindo para o fenômeno da pluriatividade.

Apesar da pouca importância econômica atribuída à agropecuária, existem áreas e estabelecimentos rurais no estado que possuem grande importância para o desenvolvimento do estado. A região serrana destaca-se quanto às atividades agropecuárias. Por exemplo, em 2017 contribuiu com aproximadamente 30% do valor adicionado pela agropecuária do estado (IBGE, 2017), sendo uma importante área de produção para o abastecimento do mercado do Rio de Janeiro.

Para Alentejano (2005), o desenvolvimento da região serrana esteve ligado ao abastecimento alimentício da região metropolitana do Rio de Janeiro, constituindo-se como um elo com as demais regiões dos estados, já que duas das principais ligações rodoviárias cruzam a região. As diferenças existentes quanto à participação na agropecuária podem ser explicadas pelas distinções geográficas existentes em uma mesma região, já que a região serrana é marcada por duas unidades espaciais diferenciadas. Os dados da tabela abaixo apresentam a participação de cada um dos Municípios no PIB da Região Serrana.

Tabela 1: Valor Adicionado Bruto por atividade econômica, Produto Interno Bruto e Produto Interno Bruto per capita nos municípios da Região Serrana em 2014

Municípios	Valor (R\$)					PIB per capita(R\$)
	Valor Adicionado Bruto					
	PIB	Participação PIB em relação a Região (%)	Agropecuária	Indústria	Serviços	
Região Serrana	22.028.145.131	100	877.471.499	5.340.736.049	10.538.541.854	22.386,79
Bom Jardim	589.563.927	2,68	62.161.225	158.825.369	203.093.514	25.171,50
Cantagalo	793.115.914	3,6	20.849.223	434.148.154	197.796.542	43.600,01
Carmo	316.613.149	1,44	13.680.069	87.914.766	96.690.603	19.289,81
Cordeiro	300.314.980	1,36	3.897.317	35.764.384	128.600.493	15.092,25
Duas Barras	182.491.533	0,83	45.874.703	11.437.858	44.884.136	17.579,91
Macuco	118.007.702	0,54	3.195.304	21.625.699	46.438.343	23.510,42
Nova Friburgo	3.727.953.075	16,92	80.248.078	581.621.801	1.957.519.076	22.112,55
Paty dos Alferes	378.813.267	1,72	32.693.457	40.347.640	135.906.670	15.434,57
Petrópolis	10.152.626.369	46,09	69.390.103	3.274.206.839	4.985.240.163	38.139,11
Santa Maria Madalena	152.724.400	0,69	12.415.753	8.980.124	47.420.051	15.709,01
São José do Vale do Rio Preto	315.600.955	1,43	65.967.255	23.262.790	89.084.717	16.530,56
São Sebastião do Alto	142.140.150	0,65	31.889.906	10.047.325	32.038.727	16.924,19
Sumidouro	300.004.893	1,36	130.043.920	17.410.429	49.466.976	22.727,18
Teresópolis	4.406.747.012	20,01	282.474.842	624.357.149	2.482.532.916	28.387,36
Trajano de Moraes	151.427.805	0,69	22.690.344	10.785.722	41.828.927	15.593,44

Fonte: IBGE, 2017.

A primeira unidade é caracterizada por um grande dinamismo, em função das atividades industriais, turísticas e hortifrutigranjeiras e abrange as cidades de Nova Friburgo, Teresópolis e Petrópolis, onde há um expressivo desenvolvimento socioeconômico. Esses municípios tiveram sua origem e seu crescimento ligados à expansão cafeeira do século XIX. A outra unidade é representada por municípios de base agropecuária, como Trajano de Moraes, Macuco e Santa Maria Madalena. Possuem aspectos físicos limitantes como a forte declividade e elevadas altitudes. É representada também pelos municípios de Cordeiro, Cantagalo e Bom Jardim, nos quais a pluriatividade se manifesta de forma mais intensa.

Para Teixeira (2009),

A organização do espaço agrário fluminense exhibe algumas peculiaridades, tais como: desenvolvimento desordenado, deterioração ambiental, perda de terras agrícolas, intenso ritmo de urbanização associado à valorização acentuada da terra e o efeito da metropolização exercida pela cidade do Rio de Janeiro (TEIXEIRA, 2009, p.81)

Em suas análises sobre a evolução da renda e a ocupação do meio rural, Teixeira (2009) identificou que, apesar de ocorrer um esvaziamento da prática agrícola, não houve um abandono do meio rural, mas uma ampliação e diversificação das ocupações não agrícolas no rural fluminense. Isto pode ser explicado por motores endógenos, que de acordo com Ney (2010) se manifesta pelo consumo urbano de turismo e de artesanato; pela demanda de áreas rurais próximas às cidades para construção de moradias por parte da população de baixa renda (GRAZIANO; DEL GROSSI, 1998; RUA, 2006); e a transferência de residência da população

urbana para o meio rural em busca de melhores qualidades de vida (GRAZIANO; DEL GROSSI, 1998).

Logo, não estamos diante de um desaparecimento do meio rural fluminense. Enquanto em alguns municípios cresce a participação agrícola, em outros o setor secundário e terciário avançam e há uma diversificação das economias. De qualquer forma, temos na região serrana a coexistência de espaços industriais e urbanos com significativas áreas rurais.

De maneira geral, na primeira seção deste capítulo, apresentaremos o Município de Cordeiro, sua história e suas principais características. Ainda assim, nosso principal objetivo será o de compreender a “Feira do Produtor Rural em Cordeiro”. Por isto, na seção dois apresentaremos a Feira do Produtor Rural em Cordeiro, suas principais características, seus participantes e as maiores dificuldades apresentadas pelos feirantes.

A terceira seção do capítulo, denominada “*o orgulho do produtor é isso. Nem é plantar e nem é só vender não, é sobreviver*” buscará compreender os produtores rurais que participam da feira, o que os impulsiona a comercializar os seus produtos diretamente com os consumidores, quais os principais benefícios que a comercialização em feiras traz para os mesmos e outros aspectos relevantes para a nossa análise.

O nome da seção remete a fala de um produtor rural. Em uma das visitas às propriedades rurais dos agricultores, um entrevistado, muito emocionado, enquanto contava as dificuldades do trabalho no campo, nos reportou o orgulho que eles sentem cada vez que sobrevivem mais um dia e que podem colaborar para a “*alimentação das pessoas*”. Ele citou o fato de que, durante a greve dos caminhoneiros, em 2018, enquanto grandes centros urbanos ficavam desabastecidos, os agricultores continuaram trabalharam e indo às feiras. Assim conseguiram colaborar para a alimentação dos brasileiros.

Mais recentemente, enquanto o mundo é assombrado por uma pandemia de *covid-19* e a maioria das cidades do Brasil encontra-se em isolamento, uma das agricultoras afirmou que “na roça nós não tem quarentena não. Continuamos trabalhando porque a comida não pode parar de chegar” (Entrevista 2, 48 anos, agricultora feirante)

Finalmente, na última seção apresentaremos o outro lado da cadeia produtiva: os consumidores. Nosso objetivo será compreender o porquê os consumidores optam pelo consumo nas feiras e quais são as principais impressões que eles têm dos agricultores e dos produtos. Algumas perguntas que buscaremos responder são por que os consumidores optam por ir à feira e quais são os elementos mais valorizados por eles.

3.1 “Sempre ativos, cordeirenses”¹²: a história do município de cordeiro

3.1.1 Contextualização histórica: a construção do Município de Cordeiro

Tudo que existe em Cordeiro foi construído pelo seu povo (SCISÍNIO; 1997; p 16)

Há um provérbio que diz que “quem conta um conto, aumenta um ponto”, e a história do Município de Cordeiro segue essa lógica. Embora existam alguns relatos e até mesmo livros como “Amor a terra”, de Ozias Guimarães e “Cordeiro: a realização das utopias”, de Alôor Eduardo Scisínio, alguns mitos e diferentes relatos fazem com que a narração acerca da construção do Município apresente algumas contradições.

Neste capítulo, faremos um esforço para apresentar os elementos que possibilitaram a construção da cidade de Cordeiro.

Os povos escrevem as suas próprias histórias, colocando cada qual o seu versículo na bíblia da humanidade, como queria Júlio Michelet. Talvez por medo de ser esquecido, ele vai registrando os momentos de sua existência como atos e obras. Os monumentos, hermas, estátuas, prédios, praças, igrejas, cemitérios, ruas, avenidas e estradas rasgadas em seu território, são as suas narrativas ágrafas e silenciosas. Depois, vêm os historiadores tentando, infrutiferamente, retratar a eloquência dos fatos e descrever as emoções vivenciadas pela comunidade nascente.

No caso de Cordeiro, então, a cidade e o seu povo situam muito além, muito acima das descrições. Cordeiro não quis ouvir Camões, quando cantava: “Coisas impossíveis é melhor esquecer-las do que realizá-las”. Se para seu desenvolvimento e consequentemente independência fosse mister realizar a quadratura do círculo, os cordeirenses iriam tentá-lo.

Por isso, vemos Cordeiro como a realização das utopias, a materialização dos sonhos impossíveis (SCISÍNIO; 1997; p 15)

De todas as contradições que possam existir sobre Cordeiro, existem alguns fatos consumados e que ninguém ousa desmentir – ou reescrever. A cidade recebeu o nome de Cordeiro em homenagem a velha Fazenda Cordeiro que se localizava ao lado direito do Rio Macuco e era de propriedade do Sr. Manoel Rozendo Cordeiro. À margem esquerda do rio foi habitada por colonos imigrantes e mercadores. Em sua maioria, italianos, mas também havia alguns árabes, africanos e uns poucos suíços, que vieram da cidade de Nova Friburgo, buscando prosseguir com o seu ofício em terras cordeirenses.

Tamanha foi a importância dos imigrantes na construção da cidade que, em 1905, foi publicada, na “Gazeta de Cordeiro”, a seguinte nota:

Agradecimento. A colônia italiana aqui residente sentindo-se no estrito dever de testemunhar publicamente ao generoso povo cordeirense os seus mais puros agradecimentos pelo modo cavalheiresco com que a auxiliou neste ato de caridade, o faz por esse meio. Em nossos corações será eterna a gratidão especialmente às senhoritas Lydia Van Erven, Rozalia Mazzo, Esther Lima, Loreta Assis Moreira, Alzira Lima Neves, à distinta Companhia Dramática Eduardo Souza, aos nossos

¹² A citação faz parte do Hino de Cordeiro.

particulares amigos membros da orquestra, que tão obsequiosamente nos auxiliaram. Quanto a estas senhoritas e demais pessoas fizeram em prol dos nossos irmãos, só Deus poderá dar-lhes merecida recompensa e a colônia não tendo palavras suficientes termina com um sincero “*Grazie*” a todas as pessoas que concorreram para este ato de caridade. Ao Exmo. Sr. Dr. Bernardino, de Almeida Senna Campos e aos teus dignos companheiros de redação e ao querido clube recreativo um saudoso amplexo em nome dos nossos compatriotas e da humanidade sofredora (Gazeta de Cordeiro, 5 de novembro de 1905)

Os colonos influenciaram fortemente o desenvolvimento e a construção da agricultura local. Em algumas das conversas que tivemos com os moradores mais antigos, foi possível identificar esta importância. Entre os anos de 1960 e 1980 os produtos agrícolas eram comprados diretamente nas propriedades rurais. Os agricultores eram, geralmente, descendentes de italianos, espanhóis e portugueses.

Os imigrantes europeus chegaram à Fazenda Nossa Senhora dos Prazeres do Ribeirão Dourado, que foi construída no ano de 1805, e que está localizada em Cordeiro, na RJ 116. A propriedade pertencia à família Coelho de Magalhães, mas passou a pertencer à família Moraes em 1867. Seus proprietários acabaram com o sistema de escravidão antes da Lei Abolicionista, o que fez com que providenciassem, junto ao Centro de Imigração, a vinda dos primeiros imigrantes europeus para trabalhar nas lavouras.

Os colonos trabalhavam sob o sistema de “meia”, ou seja, os agricultores, também conhecidos como “meeiros”, trabalhavam em terras que pertenciam à outra pessoa e repartiam os rendimentos com o dono da propriedade, que fornecia terra para o cultivo e a moradia. Por muito tempo, a cidade de Cordeiro apresentou uma vocação agrícola, principalmente nos tempos áureos do café. No mais, a região produzia cana de açúcar e cereais, com relativa abundância.

No entanto, o progresso e o desenvolvimento de Cordeiro estiveram ligados à estrada de ferro. Em 1856, houve a autorização para a construção do *Plank Road*¹³ de Cantagalo. O contrato, porém, não chegou a ser cumprido. Em 1857, organizou-se, então, uma empresa para que pudesse construir a estrada de ferro que ligaria a Porto das Caixas, em Itaboraí a Cachoeiras de Macacu. Em 1860, o tráfego até Cachoeiras de Macacu foi inaugurado.

Foi o Barão de Nova Friburgo, o Sr. Antônio Clemente Pinto, o principal nome da “Sociedade Anônima Estrada de Ferro de Cantagalo”. Era ele proprietário de mais de vinte fazendas entre o Vale do Rio Negro e Nova Friburgo e fez fortuna por meio do tráfico de escravos. Tanta era a quantidade de escravos em sua posse que, às vésperas da abolição, concedeu alforria a mais de 1.300 escravos.

¹³ O *Plank Road* é uma estrada de prancha que é feita por tábuas de madeira ou troncos.

Não foi pela benevolência do Barão de Nova Friburgo que ocorreu o financiamento da estrada de ferro. Ele procurava construir uma linha que pudesse ligar os seus latifúndios e facilitar o deslocamento das safras de café. Em 1872, foi inaugurado o trecho de Cordeiro a Cantagalo; em 1876, Cordeiro a Macuco. Em 1877, foi assinada entre a Província do Rio de Janeiro e o Barão de Nova Friburgo, uma escritura que passava a estrada de ferro para a Província. Em 1887, a ferrovia foi transferida para a empresa londrina *The Leopoldina Railway Company Limited*, que desativou o ramal de Cantagalo, em 1963. Os poetas cordeirenses contam que a cidade chorou e em todos os rostos via-se uma enorme tristeza.

A expansão urbana da cidade acompanhou os trilhos do trem. Paralelo à linha férrea, foram construídos tanto prédios residenciais quanto comerciais, formando a Rua do Comércio, que, atualmente, é conhecida como Avenida Raul Veiga, a principal, e única, avenida da cidade. Apesar disso, a rápida expansão da cidade está diretamente relacionada com os loteamentos, que fez com que surgissem novos bairros.

O rápido crescimento de Cordeiro fez com que, no ano 1889, tivesse condições para se tornar uma vila da comarca de Cantagalo. Em 1891, com a Deliberação de 13 de abril de 1891, foi então criada a Vila e Município de Cordeiro. No dia 19 de abril de 1891, foi assinado o Decreto Número 180. A edição da “Gazeta de Cordeiro”, do ano de 1922, relembra essa data e apresenta o grande festejo que ocorreu

A 19 de abril de 1891 com a maior solenidade e na presença do Governador do Estado e uma comitiva superior a 200 pessoas, a banda de música do regimento policial e muitos convidados, inaugurou-se a Vila após lauto almoço aos visitantes; estava na povoação toda profusamente enfeitada de renques de palmeiras, galhardetes, bandeiras e flâmulas, a Intendência decorada com muito gosto, havendo um grande e rico coreto em face desta. A noite houve banquete, esplêndida iluminação de centenas de lanternas venezianas e copos multicores e afinal baile no salão da estação, ricamente adornado para o ato (Gazeta de Cordeiro, 7 de outubro de 1922)

Apesar disto, em 1892, por meio do Decreto de 28 de maio, Cordeiro foi reincorporada ao Município de Cantagalo. Ainda assim, Cordeiro continuou crescendo principalmente a partir dos 1920, com a instalação da Fábrica de Tecidos. Em 1936, foi elevada à categoria de subprefeitura, e, com isso, uma série de medidas foram adotadas de modo a urbanizar a cidade, tais como: melhoria nos serviços de abastecimento d’água, construção de linhas de esgoto, de praças públicas, jardins e avenidas. Em 31 de dezembro de 1943, por meio do Decreto nº 1056, foi criado o Município de Cordeiro, tendo sido desmembrado do Município de Cantagalo. A instalação solene do Município ocorreu no dia 1 de janeiro de 1944.

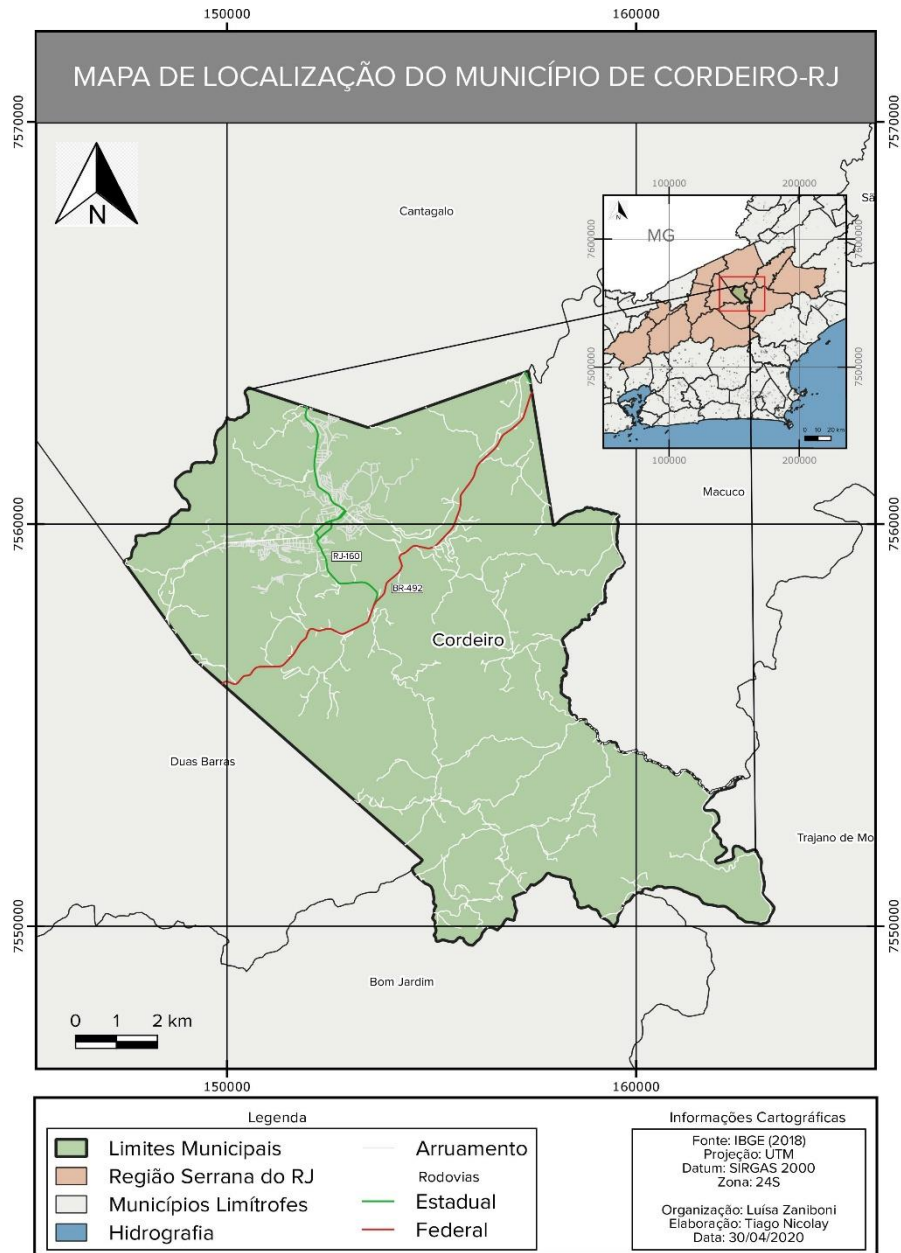
3.1.2 Cordeiro em foco

Apresentada a história de Cordeiro, buscaremos agora apresentar alguns dados relevantes sobre o Município. Lembramos que, como o objeto central deste trabalho é a Feira do Produtor em Cordeiro, procuraremos divulgar dados que dizem respeito à produção agrícola do Município.

O Município de Cordeiro se estende por 113,048 km², segundo dados de 2019 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística -IBGE. Faz divisa com os municípios de Bom Jardim, Cantagalo, Macuco, Trajano de Moraes e Duas Barras e situa-se a 453 metros de altitude.

A população estimada de Cordeiro é de aproximadamente 21.926 pessoas (IBGE, 2017), com um salário médio de 1,9 salários mínimos e 28,1% de população ocupada, segundo dados do ano de 2017 (IBGE, 2017). Os dados do IBGE que envolvem a análise do território e ambiente são de 2010. O Município conta com um total de 6.175 famílias, das quais mais de 97% reside na zona urbana (IBGE, 2010). Mais de 83% de domicílios possuem sistema de esgotamento sanitário adequado, 82% dos domicílios urbanos estão em vias públicas com arborização e quase 70% dos domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio) (IBGE, 2010).

Mapa 1: Localização do município de Cordeiro - RJ



Fonte: IBGE (2018), elaboração: Tiago Nicolay. 30 de abril de 2020

Scisínio (1997) definiu a vocação de Cordeiro como uma cidade operária em razão de grande parcela de a população ter trabalhado na “Fábrica de Tecidos de Cordeiro” e, após seu fechamento, nas fábricas de cimento que se instalaram na região. O município de Cordeiro, contudo, teve seu desenvolvimento ligado também à produção de leite, que era enviada para a fábrica de laticínios “Cooperativa de Cordeiro”, atual Cooperativa Agropecuária de Macuco. Devido à famosa festa agropecuária que acontece anualmente no mês de julho, Cordeiro ficou

conhecida como “Cidade Exposição”. Desde sua primeira edição, em 1921, a Exposição Agropecuária de Cordeiro, transformou-se em um marco para a cidade e arredores.

Segundo dados da Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER/RJ), no ano de 2019, foram expostos na festa agropecuária cerca de 500 animais. Mais de 60 criadores de gados se reuniram para o evento. Durante os dias de festa acontece o “Concurso Leiteiro” que reúne renomados criatórios em nível nacional. A prefeitura de Cordeiro calcula que, em 5 dias de festas, há um fluxo de aproximadamente 250 mil pessoas movimentando um total de 3 milhões de reais na cidade.

A cidade de Cordeiro é marcada pela forte presença da pecuária bovina, conforme demonstra o quadro abaixo.

Quadro 5: A pecuária em Cordeiro

Pecuária	Estabelecimentos	Efetivo
Asininos	1	Não divulgado
Bovinos	153	8.991
Bubalinos	1	Não divulgado
Caprinos	3	21
Equinos	89	469
Galináceos	78	2.883
Muare	10	43
Ovinos	4	69
Patos	8	71
Perus	5	42
Suínos	49	416

Fonte: Elaboração própria via resultados preliminares Censo Agropecuário (2017)

A presença da pecuária é tanto para gado leiteiro quanto para gado de corte. Os açougues e mercados são abastecidos, em sua maioria, por carnes que são de pecuaristas do próprio município.

Para além da pecuária municipal, Cordeiro conta com um total de 184 estabelecimentos rurais em uma área de 9.799,65 ha de terra, de acordo com os dados fornecidos pela Secretaria de Agricultura, em 2018.

Quadro 6: Estabelecimentos rurais em Cordeiro

Estabelecimentos	Hectares (ha)	Área (ha)
2	Menos de 1 ha	0,66
49	Entre 1 ha e 10 ha	278,19
73	Entre 10 ha e 50 ha	1.680,80
32	Entre 50 ha e 100 ha	2.265,31
27	Entre 100 ha e 500 ha	4.874,69
1	Entre 500 ha e 1000 ha	700,00

Fonte: Elaboração própria via dados fornecidos pela Secretaria de Agricultura em Cordeiro (2018)

No entanto, apesar de existirem 184 estabelecimentos rurais, quando buscamos os dados da Produção Agrícola Municipal (PAM), conforme ilustrado pelo quadro abaixo, identificamos que as áreas plantadas ou destinadas à colheita, em hectares, possuem um valor bem inferior se comparamos com o número de estabelecimentos existentes no município.

Quadro 7: Área plantada ou destinada à colheita (Hectares)

Produto x Ano	2016	2017	2018
Banana (cachos)	2	5	5
Mandioca	15	30	30
Milho (grão)	40	40	40
Tomate	12	20	15
Caqui			20

Fonte: IBGE - Produção Agrícola Municipal (2017)

Segundo os dados da PAM (2017), entre os anos de 2016 a 2018 a produção cordeirense foi de banana, mandioca, milho em grão, tomate e, no ano de 2018 além dos já citados, também de caqui. No entanto, a comparação com os dados da PAM com os dados do último Censo Agropecuário (2017) apresenta algumas diferenças.

Quadro 8: Relação entre lavouras e quantidade produzida

Lavoura Permanente	Estabelecimentos	Quantidade (ton)
Banana	24	68, 890
Outros	4	Não divulgado ¹⁴
Lavoura Temporária		
Abóbora	3	32,15
Cana de Açúcar	20	736,7
Mandioca	12	1333,62
Milho (grão)	9	406,01
Milho (forrageiro)	6	103,25
Outros	6	Não divulgado

Fonte: Elaboração própria via resultados preliminares Censo Agropecuário (2017)

Dentre os produtos listados como “outros”, temos para a lavoura permanente coco da baía, goiaba e laranja e para a lavoura temporária temos tomate, cebola, feijão preto e verde.

Em 2017, segundo dados da Secretaria de Agricultura de Cordeiro, a cidade tinha um grande número de estabelecimentos que cultivavam lavouras temporárias, destacando-se especialmente o aipim (em 12 estabelecimentos somando a área colhida um total de 11, 57 ha); milho em grão (em 9 estabelecimentos com 57, 59 ha colhidos); forrageiras e cana forrageira (somando um total de 89 ha em 20 estabelecimentos). Da lavoura permanente, a maior produção foi a de: banana, coco-da-baía, goiaba, laranja, limão, manga e mexerica. Por fim, a horticultura apresentou maior produção para: alface, chuchu, couve-flor, jiló, pimentão e repolho.

A Lei da Agricultura Familiar (Lei 11.326/06) considera o agricultor familiar como aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes critérios: (i) não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 módulos fiscais; (ii) utilize predominantemente mão de obra da própria família; (iii) possua percentual mínimo da renda familiar originado das atividades familiares e (iv) dirija o estabelecimento ou empreendimento com a família. O módulo fiscal é uma unidade de medida, em hectares, cujo valor é fixado pelo Instituto de Reforma Agrária (INCRA) e leva em conta: (a) o tipo de exploração predominante no município; (b) a renda obtida pelo tipo de exploração; (c) outras explorações existentes no município e (d) o conceito de “propriedade familiar”. O valor do módulo fiscal no Brasil varia de 5 a 110 hectares. Para a Região Sudeste, um módulo fiscal vai de 1 a 70 hectares. Em Cordeiro, o módulo fiscal equivale a 35 ha. Com isso, podemos afirmar que, dos 184

¹⁴ A produção de Cordeiro não alcançou os parâmetros mínimos exigidos pelo Censo Agropecuário. Por isso, os dados apresentados como “não divulgados” foram aqueles que não alcançaram o patamar mínimo para divulgação.

estabelecimentos de Cordeiro, pelo menos 51 estabelecimentos, conforme o quadro 6, podem ser considerados familiares se possuímos como critério apenas os módulos fiscais.

A produção agrícola na cidade de Cordeiro é ainda pequena se comparamos a produção agrícola da Região Serrana. Isso faz com que os comerciantes locais principalmente aqueles que possuem os maiores estabelecimentos comerciais como “sacolões” e “mercados”, normalmente recorram às centrais de distribuição e aos mercados do produtor rural para comprar aquilo que será revendido. Os produtos frescos chegam nesses estabelecimentos as segundas, quartas e sábado, que são os melhores dias para os consumidores “fazerem a feira”.

Esses circuitos mais tradicionais, normalmente, demonstram uma cadeia longa com diferentes intermediários e envolvendo uma considerável distância geográfica. No caso de Cordeiro, a distância percorrida pelo alimento não é, necessariamente, grande. O abastecimento do comércio local é feito, normalmente, por meio da Ceasa de Conquista e do Mercado do Produtor Rural em Teresópolis. Os caminhões dos mercados e sacolões do Município de Cordeiro se deslocam daqui até esses espaços e compram, a um preço menor, os produtos destinados à alimentação da população cordeirense; por sua vez, a população vai até os mercados e compra esses produtos. Desde a produção até os consumidores finais, alguns intermediários estão envolvidos.

Uma alternativa aos mercados da cidade são as feiras que proporcionam além de uma relação direta entre consumidores e produtores, são as instituições e atores que intermediam todo o processo (BRAGA, 2019). Consequentemente, destacamos a necessidade que se faz de compreender os níveis e os tipos de intermediação na construção das feiras. Contudo, duas questões precisam ser consideradas: a primeira é que o papel do intermediário pode ser benéfico para o processo de produção e comercialização; a segunda é que, todavia, pode gerar dependência dos agricultores e uma redução de sua autonomia.

A partir do ano de 2016 foram criadas novas feiras na Região Serrana, para além das feiras tradicionais – que já tem mais de meio século de história. Feiras do Produtor Rural surgiram em Cantagalo, Bom Jardim e Cordeiro. São essas lógicas que buscaremos compreender, a partir do caso da Feira do Produtor Rural em Cordeiro.

3.2 A feira do produtor rural em cordeiro

Em um primeiro momento, enquanto a revisão de literatura ainda vinha sendo feita, acreditávamos que, assim como nas feiras da Região Sul do Brasil, a Feira do Produtor Rural

em Cordeiro também tinha sido construída a partir da demanda dos próprios agricultores, que buscavam alternativas para vender os seus produtos. A verdade, no entanto, é que, apesar da grande participação e adesão de agricultores familiares à feira, não foi por iniciativa dos produtores que ela começou a ocorrer em Cordeiro. O que talvez esteja relacionado ao fato de haver pouca expressão agrícola no município.

A primeira Feira do Produtor Rural aconteceu no dia 9 de outubro de 2016 e, desde então, ocorre semanalmente, aos domingos, no Parque de Exposições Raul Veiga, localizado no centro da cidade. A feira surgiu de uma parceria entre a prefeitura, a EMATER e um empresário da região, dono de óticas que existem nas cidades de Cordeiro, Cantagalo, Macuco e Bom Jardim. Até hoje, eles são os responsáveis por montar a estrutura da feira, tanto a de Cordeiro quanto a de Cantagalo e Bom Jardim.

Um fato que nos chamou a atenção enquanto nos debruçávamos na tentativa de compreender a organização e o funcionamento da feira em Cordeiro foi a omissão tanto da prefeitura quanto da EMATER. Durante o trabalho de campo foram feitas algumas tentativas para que pudessem ser realizadas entrevistas junto ao então secretário da agricultura e também ao responsável da EMATER Cordeiro. Em todas as tentativas houve negativa quanto a possibilidade da realização das mesmas.

Em uma de nossas idas a secretaria de agricultura do Município, o secretário informou que não poderia oferecer ajuda uma vez que a feira tinha organizada pela antiga gestão da cidade. O representante da EMATER, por sua vez, afirmou que o seu único papel era o de “ceder” o espaço que vinha sendo usado para a realização da Feira do Produtor Rural.

Para a participação na feira, os feirantes precisam pagar uma taxa semanal para a utilização dos pavilhões e das mesas, nas quais a produção fica exposta ao público. Cada mesa custa, em média, vinte reais. A maior parte dos feirantes entrevistados nos relatou que, por domingo, precisam de quatro a cinco barracas, de modo que, semanalmente, eles devem pagar um montante que pode chegar a cem reais.

Com um total de 39 feirantes cadastrados na feira em Cordeiro, a mesma chegou a possuir mais de 100 barracas, com uma grande variedade oferecida de hortigranjeiros, frutas, doces caseiros, tortas salgadas, cachaça, pó de café, comida japonesa, caldo de cana e pastel, mel, linguiça, artesanato, laticínios, queijos de diversos tipos, roscas e torresmo. Dentre os principais produtos comercializados, podemos citar as hortaliças, verduras e frutas. As agroindústrias familiares, ou seja, quando as matérias primas agropecuárias passam por um processo de

beneficiamento, estão representadas, na feira de Cordeiro, nas barracas de queijo e doces, principalmente goiabada, uma produção característica do Município.¹⁵

Aproximadamente, duzentas e cinquenta (250)¹⁶ pessoas vão à feira por domingo. Tal número foi observado durante o trabalho de campo. O público da Feira do Produtor em Cordeiro é bastante variado. Nas primeiras horas do dia, mesmo antes da feira estar oficialmente aberta ao público, próximo às 6 horas da manhã, donos de restaurantes e de mercados locais vão à feira buscar as suas “encomendas”. Semanalmente, um dono de mercado local compra mais de 30 molhos de couve para serem revendidos durante a semana. Os donos de restaurante também aproveitam a feira para comprar os produtos mais duráveis e que serão usados durante a semana na preparação de seus pratos, como batata, cenoura e tomate. Os consumidores vão à feira em diferentes horários e são atraídos por ela pelos preços e pelo contato que estabelecem diretamente com o produtor (o que está associado, não raro, a maior qualidade do produto).

As barracas são normalmente montadas e operacionalizadas pelos produtores e seus familiares. A divisão do trabalho ocorre a partir de diferentes atribuições em que cada membro da família tem uma determinada função. No geral, as vendas são feitas por um casal, ou por pais e filhos. Normalmente, duas pessoas lidam com os consumidores. Se o movimento diminui, o homem tem o hábito de sair da barraca e interagir com os outros feirantes. É no horário de menor fluxo de pessoas que o responsável pela feira vai buscar o pagamento. A parte burocrática é resolvida pelo homem. Os filhos ou os netos, quando estão na feira, são responsáveis por sair do espaço da feira para comprar comida para os pais.

Para participar da Feira do Produtor Rural em Cordeiro, é preciso entrar em contato, por meio do *WhatsApp*, com o empresário que é responsável por alugar as mesas que serão usadas pelos feirantes. Este mecanismo é diferente do que ocorre no Município de Bom Jardim e Nova Friburgo, em que os agricultores fazem um cadastro na prefeitura e pagam uma taxa anual para vender nas feiras.

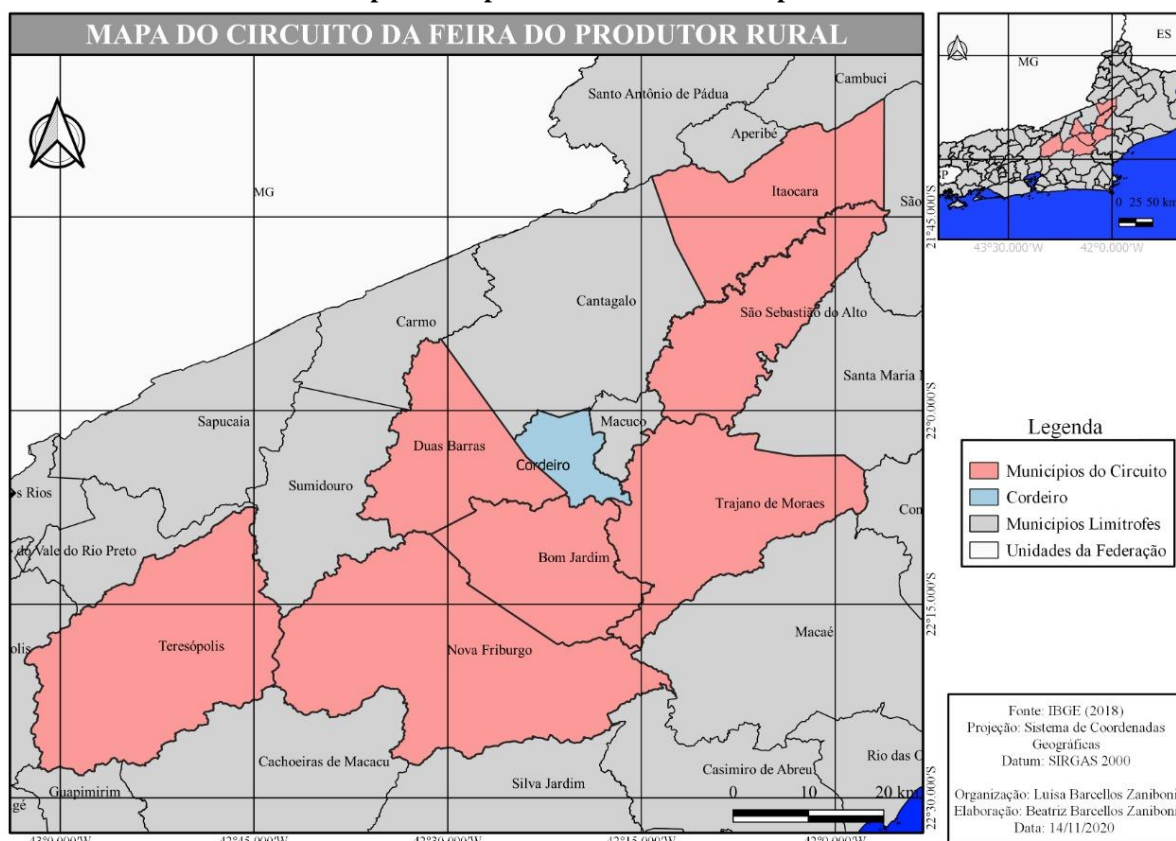
Conforme destacamos no capítulo 1, as feiras são um espaço hierarquizado e a própria organização da Feira do Produtor Rural em Cordeiro evidencia tal afirmação. São separados, em diferentes espaços, os feirantes que produzem frutas, verduras, hortaliças e legumes dos que vendem carne, mel e laticínios.

¹⁵ Em Cordeiro, a goiabada é um produto tradicional. Sendo vendida também de casa em casa, no carro da goiabada.

¹⁶ Esse número chega a subir para 350 pessoas quando ocorre o pagamento dos salários. Durante os campos exploratórios, fizemos a contagem dos consumidores. Por isso os valores foram apresentados aqui.

Apesar de acontecer em Cordeiro, os feirantes vêm das cidades de Nova Friburgo (Salinas), Bom Jardim, Duas Barras, Trajano de Moraes, Teresópolis, Itaocara e Ipituna. Os produtores de Cordeiro, em sua maioria, também são pequenos comerciantes. Ou seja, a Feira do Produtor em Cordeiro funciona como o ponto de encontro entre os feirantes comerciantes, os feirantes produtores e alguns cordeirenses que optaram por comercializar, também, na Feira do Produtor Rural. Como mapa do circuito nós teríamos:

Mapa 2 – Mapa do circuito da feira do produtor rural



Fonte: IBGE (2018), elaboração Beatriz Barcellos Zaniboni, 14 de novembro de 2020

Eles possuem as suas quitandas ou seus pontos de venda. Se não for possível apenas com a produção própria abastecer seus comércios, eles vão até as centrais de abastecimento e completam a sua produção para que possam realizar as vendas. Não participam assim da Feira do Produtor. Ao serem questionados sobre os motivos que os levaram a optar por comercializar fora da feira, eles afirmaram que já tem uma clientela considerável que compram com eles durante a semana.

Nem todos os feirantes são produtores, ainda que os feirantes produtores sejam a maioria. No interior da Feira do Produtor em Cordeiro, identificamos pequenos comerciantes,

que se aproveitam do espaço da feira para comercializar os produtos que foram comprados, a menores preços, em outros espaços comerciais. Estes geralmente vendem produtos que não são encontrados na região, como por exemplo, a exótica e famosa pitaya, que faz sucesso na feira. Não há, no entanto, uma diferenciação formal entre aqueles que revendem e aqueles que produzem o que vendem. Até porque não existe nenhum elemento que diga qual feirante está revendendo e qual está produzindo.

Apesar do bom convívio entre os agricultores e aqueles que revendem existem alguns conflitos. Os agricultores relataram que tiveram um problema com um revendedor de morangos, que, recusando-se a pagar a taxa cobrada, resolveu vender seus produtos fora do Parque de Exposições. O fato foi motivo de revolta porque a maior parte deles não conseguiu vender os morangos que tinham levado à feira já que quando os consumidores chegavam já tinham comprado o morango do lado de fora.

Os agricultores nos contaram que normalmente colhem parte da sua plantação no sábado e vêm até Cordeiro no domingo. Eles vendem sua produção diretamente aos consumidores, sem a intermediação de terceiros. Em nossa pesquisa de campo, sobressaía a importância da Feira ao liberar os produtores dos intermediários, tornando a feira uma alternativa de comercialização regional viável e atrativa a esses agricultores.

No caso brasileiro, o acesso e a oferta de alimentos ainda são irregulares. Maluf (2015) aponta para o fato de que não há um sistema de abastecimento alimentar que contemple os requisitos mínimos necessários de adequação, equidade e sustentabilidade e que garanta padrões aceitáveis de produção, distribuição e consumo. Neste sentido, as feiras, no geral, têm um papel importante, pois são grandes colaboradoras quanto ao abastecimento alimentar e no escoamento da produção pelos agricultores familiares. Os estudos de Garcia (2003; 2008) sobre as feiras no Nordeste foram decisivos ao apresentar a importância desse tipo de mercado para os agricultores familiares. Para a autora, um espaço de comercialização direta entre produtores e consumidores é uma conquista de liberdade, em suas próprias palavras “uma abertura para o mundo” (GARCIA, 2003, p. 197).

As feiras têm se mostrado fundamentais para garantir a inserção dos pequenos produtores dentro dos mercados locais. Maluf (2004) destacou a importância desses circuitos regionais na diversificação das formas de inserção da agricultura familiar nos mercados de alimentos. Para além dos mercados mais tradicionais, ou cadeias integradas nacionais e internacionais, os circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos

emergem como importantes canais pelos quais as produções locais são escoadas. Segundo o autor (Maluf, 2004),

Os circuitos regionais de produção, distribuição e consumo de alimentos formam-se no âmbito das regiões no interior do país ou no entorno dos núcleos urbanos de pequenas e médias dimensões. Além dos produtores agrícolas, esses circuitos são integrados por cooperativas ou associações de pequenos agricultores, constituídas para beneficiar o processar matérias-primas agrícolas e por empreendimentos urbanos, industriais e comerciais, também de pequeno porte, ligados à transformação, à distribuição e ao consumo de produtos alimentares, a saber: pequena indústria alimentar, pequenos supermercados, um conjunto diversificado que compõe o varejo tradicional e comércio especializado de alimentos e de refeições prontas (armazéns, empórios, quitandas, padarias, açougues, *rotisseries*, casas de frios etc.), equipamentos de abastecimento (feiras livres, varejões, sacolões etc.). Nos circuitos regionais, está incluída, ainda, a venda direta aos consumidores realizada pelos próprios agricultores. (MALUF, 2004, p. 307-308)

Os espaços locais de comercialização, tais como as feiras, acabam ampliando o poder de barganha dos consumidores e promovem maior autonomia dos produtores no que concerne à produção. Uma vez que os feirantes não têm uma obrigação contratual de entregar um produto específico, com certa característica e em uma escala determinada, eles podem escolher como, quanto e o que produzir. Respeitando, assim, a sazonalidade dos alimentos. Um dos agricultores nos fez um relato interessante quanto a isso, em um de nossos campos:

(,,,) Antes eu tinha que plantar aquilo que eles “queria” comprar. Já cheguei a ter três mil “pé” de couve-flor, agora eu posso escolher aquilo que eu quero plantar. Se não tá bom pra plantar tomate, por exemplo, eu não planto (Entrevista 1, agricultor feirante, 51 anos)

Ao analisarmos a tabela 2, abaixo, constataremos que grande parte dos feirantes produtores que foram entrevistados afirmou que o principal motivo para comercializar a sua produção na feira se deve ao fato da relação direta com os consumidores, seguido pela possibilidade de não dependerem mais de intermediários. Tanto em feiras alternativas quanto nas convencionais, a figura do atravessador pode aparecer em três momentos: (i) quando são comprados produtos no mercado convencional para que sejam comercializados nas feiras; (ii) quando acionados para que haja o escoamento da produção por outro canal e (iii) quando o agricultor assume o papel do intermediário (BRAGA, 2019).

O primeiro caso ocorre quando, para completar a produção que será vendida nas feiras, são comprados outros produtores para completar a cesta de consumo que os consumidores desejam comprar. Já no segundo caso ocorre quando há um excedente de produção que precisa ser vendido. Em Cordeiro, a produção excedente é doada então tal lógica não é muita característica da Feira do Produtor Rural. E, finalmente, o feirante produtor enquanto

atravessador ocorre quando os próprios agricultores agem como intermediários e comprar alimentos para revenderem nas feiras.

As feiras, além de garantirem maior contato com os compradores e os produtores, também tem a capacidade de garantir maior autonomia de venda aos feirantes com relação a que produtos produzir e ao preço a ser cobrado.

Tabela 2 Principal Motivo da Participação nas Feiras

Principal Motivação para Participar da Feira do Produtor Rural		
Motivos	Frequência	%
Comercializar o excedente	1	11,1
Relação com os Consumidores	4	44,4
Não depender de intermediários	3	33,3
Agregar Valor à Produção	1	11,1
Outros	2	22,2
Total	11	100,00

Fonte: Dados obtidos pela autora através de trabalhos de campo, 2020.

Um fato interessante que foi levantado pelos feirantes produtores durante a entrevista foi maior liberdade que eles possuem na hora de produzir. Ainda que o volume permaneça o mesmo, hoje, na visão desses produtores, eles são mais diversificados. Segue a fala de dois feirantes:

No “causo”, diversificou bastante a produção. Antes eu tinha que plantar aquilo que eles “queria” comprar. (Entrevista 1, agricultor feirante, 51 anos).

“Aumento” a quantidade que eu plantava. Antes [quando vendia somente na propriedade] eu plantava só um ou dois artigos. Hoje eu colho mais qualidade e menos quantidade (Entrevista 3, 58 anos, agricultora feirante)

A feira tem tido um potencial de aumentar a autonomia dos produtores, de diversificar a produção e de conectar produtores e vendedores. Por este ângulo, as formas alternativas de consumo e produção propiciam a inserção dos agricultores em formas de mercados diferentes das convencionais, diminuindo a dependência de terceiros, aumentando a proximidade entre produção e consumo.

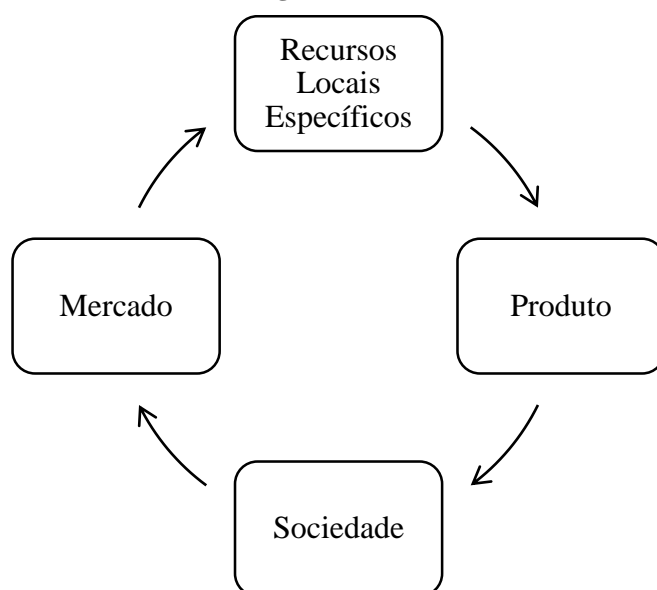
Apesar dos agricultores apontarem para a possibilidade de não dependerem de intermediários como um dos principais motivos que os levam a comercializar seus produtores nas feiras, não identificamos nenhum tipo de conflito existente entre eles.

As feiras, assim, não devem ser vistas apenas por uma perspectiva mercantil, mas por meio de aspectos como o da sociabilidade, da qualidade, de interação social e de um amplo espaço para o comércio possibilitando a venda direta. Ao estudar a Feira do Pequeno Produtor

de Passo Fundo, Cassol (2013) identificou que as formas de venda direta, ao permitirem que as imersões das ações econômicas modificassem o valor social dos territórios construiriam um processo social coletivo por meio da interação face a face que seria capaz de estabelecer novos padrões de governança valorizando produto, processo e o local. Brunori (2007) chamou atenção para o fato de que os mercados construídos nos moldes das feiras formam uma espécie de ciclo virtuoso que valorizava as características específicas e particulares de cada “lugar”.

A construção da Feira do Produtor Rural em Cordeiro envolveu entes públicos e privados e rapidamente foi incorporada às estratégias de reprodução social e econômica de produtores agrícolas da Região Serrana e ao dia a dia dos moradores de Cordeiro. No que concerne a Cordeiro, desde seu início, ela foi capaz de modificar o funcionamento da cidade aos domingos, tornando-se, não apenas um espaço para comercialização, porém um ponto de encontro, um espaço para a socialização. As relações que foram construídas a partir da feira podem ser medidas por aspectos mercantis e socioculturais.

Figura 4: Ciclo Virtuoso



Fonte: “O Ciclo Virtuoso da Qualidade Baseado na Origem” (adaptado de Vandecandelaere *et al* (2009)

A feira pode ser compreendida como ativadora de um círculo virtuoso, em que, conforme ilustrado pela figura 4, os recursos locais são identificados enquanto produtos, são qualificados pela sociedade civil, são remunerados nos mercados e, finalmente, a remuneração colabora com a reprodução dos recursos locais. Isto gera consequências sobre as formas de uso dos recursos naturais, como clima e solo, com conexões sobre recursos culturais, como a valorização e resgate de antigas tradições e do *know how*, do “saber fazer”, do agricultor. Como efeito positivo, para além da conexão entre produto, processo e lugar, também teríamos a geração de uma sustentabilidade econômica, sociocultural e ambiental.

Conforme apresentado, o círculo virtuoso envolve quatro processos distintos: identificação, qualificação, remuneração e reprodução dos recursos naturais. A identificação é a primeira parte do processo e, nesse momento, serão definidos qual o produto e os recursos que serão utilizados. Durante a segunda etapa do processo, de qualificação, a sociedade é quem será capaz de definir e reconhecer os valores intrínsecos da produção. A terceira etapa do processo, a remuneração, diz respeito ao mecanismo que será utilizado para o pagamento, ou seja, como a sociedade vai pagar os produtores e, finalmente, a quarta e última fase é a reprodução dos recursos naturais, na qual os recursos serão preservados, renovados e aprimorados para, ao final do círculo, garantirem a sustentabilidade da produção (Vandecandelaere *et al*, 2009). Assim,

(...) a feira pode ser vista como um mecanismo de reivindicação e conscientização da qualidade dos produtos produzidos no local (e dos recursos utilizados para isso), que é gerida na comunidade e compartilhada na feira com os consumidores (Cassol, 2013, p. 130).

Quando os produtos são compartilhados no interior das feiras há uma valorização, ainda que implícita, dos recursos específicos (do território) e de produtos em específicos (que são típicos) daquele território. Comprar em feira proporciona uma valorização do local e diminui a distância percorrida pelos alimentos – o que a literatura convencionou chamar de “milhas alimentares”. Como as lógicas por trás da Feira são diversas e complexas, existem diferentes níveis de interações sociais e o envolvimento de múltiplos atores para a construção da mesma. Este complexo processo de construção e validação dos valores sociais orientam as interação e transações econômicas dos territórios e constroem o processo de *embeddedness*.

No momento em que iniciamos a pesquisa, procuramos responder o que justificaria uma feira na cidade de Cordeiro. Qual o “porquê” atrás do seu desenvolvimento? Ainda que possamos afirmar que a feira se justifica pela possibilidade de diversificar a produção dos agricultores; por contribuir para uma provável mudança nos hábitos alimentares da população, que passaram a dispor de maior variedade de produto a um menor preço; uma contribuição para a autonomia dos produtores, que poderiam comercializar diretamente com os consumidores, a feira também se justifica por motivos que são puramente econômicos. Os produtores ganham maior autonomia ao prescindirem de intermediários, ao diminuírem seus custos e aumentarem os seus lucros. Os consumidores, por sua vez, ao negociarem os preços com os produtores, conseguem comprar mais produtos, pagando menos.

Apesar das feiras serem um importante espaço para a comercialização de produtos pelos agricultores familiares, é também um ambiente concorrencial, em que os produtores convivem

e disputam mercado com feirantes que são exclusivamente feirantes comerciantes. Evidenciando que o ambiente alimentar¹⁷ é resultado de ações que são conduzidas por diferentes atores (Lopes *et al*, 2017) e incluem estabelecimentos comerciais de alimentos, restaurantes, lanchonetes e redes de *fast foods* (Morland *et al*, 2002; Diex Roux; Mair, 2010). Ainda assim, é um importante espaço para a reprodução social e econômica dos produtores, como veremos a seguir.

3.2.1 “O orgulho do produtor é isso. Nem é plantar e nem é só vender não, é sobreviver”

Diante das questões que nos foram colocadas até então, é fundamental que conheçamos os feirantes comerciantes. Como já chamamos atenção anteriormente, nem todos os feirantes são agricultores, dos onze questionários aplicados, em dois identificamos que havia apenas vendedores (feirantes comerciantes), não tendo nenhum vínculo com a produção que era por eles vendida. Os demais entrevistados eram feirantes produtores, e vendiam a sua produção e, em alguns momentos, também a de vizinhos e parentes.

Nosso questionário buscou apresentar as características socioeconômicas dos feirantes, as principais mudanças trazidas pela feira e quais as suas motivações. Identificamos que a maioria possui veículo próprio para o seu deslocamento até Cordeiro. Dos dezenove feirantes, apenas três precisavam alugar carros, que eram de parentes.

Ao serem perguntados sobre o grau de escolaridade, a maioria, como será demonstrada na tabela 3, possui o ensino fundamental incompleto, o que mostra a baixa escolaridade dos feirantes dessa região. Apenas dois possuíam o ensino médio completo, os quais não eram exclusivamente agricultores (feirantes produtores), um era também motorista e a outra é proprietária de um “*mercadinho*” na cidade de Ipituna.

Tabela 3: Grau de Escolaridade

Grau de Escolaridade dos Feirantes		
Escolaridade	Frequência	%
Analfabeto	-	-
Fundamental Incompleto	9	81,8
Fundamental Completo	-	-
Médio Incompleto	-	-
Médio Completo	2	18,1

¹⁷ Ambiente alimentar é o espaço onde vivemos e trabalhamos e que tem a capacidade de dificultar ou facilitar o acesso aos alimentos. Para mais informações consultar Morland *et al*, 2002; Diex Roux; Mair, 2010, Lopes *et al*, 2017.

Técnico	-	-
Superior Incompleto	-	-
Superior Completo	-	-
Total	11	100

Fonte: Dados obtidos pela autora através de trabalho de campo, 2020

Quanto à renda dos feirantes, somada a remuneração de todos os familiares e deduzidas às despesas que eles têm com o deslocamento e a compra de insumos para a manutenção da plantação, constatamos (observado na tabela 4) que oito feirantes possuíam uma renda líquida de até 2 salários mínimos, o que totaliza um valor de R\$ 2.090, 00, na data em que esta dissertação foi escrita.

Tabela 4: Renda Familiar

Renda Familiar		
Renda	Frequência	%
1 a 2 salários mínimos	8	72,72
3 a 4 salários mínimos	2	18,18
5 a 6 salários mínimos	-	-
7 a 8 salários mínimos	1	9,09
9 a 10 salários mínimos	-	-
Mais de 10 salários mínimos	-	-
NS/NR	-	-
Total	11	100,00

Fonte: Trabalho de Campo, 2020.

Aqueles que declararam receber até 4 salários mínimos, foram os feirantes que complementam a sua renda obtida na feira com a venda em seus “*mercadinhos*”. O feirante com a renda de 8 salários mínimos nos informou que, essa renda vem da sua participação nas feiras, seu trabalho como motorista e do salário de sua esposa, que é professora.

Os feirantes também foram questionados quanto ao valor arrecado por cada vinda à feira, todos os onze responderam que, por domingo, eles conseguiam arrecadar mais do que R\$ 300,00 líquidos. No entanto, nenhum quis responder a quantia exata. Todos eles afirmaram que a feira de Cordeiro não é a única na qual eles participam. Eles vendem a sua produção em, no mínimo, mais duas outras feiras.

Ao serem perguntados sobre a possibilidade de sobreviverem apenas com o que era arrecadado nas feiras, a maior parte dos feirantes entende que não seria possível. Para complementar a sua renda, os feirantes afirmaram que é necessário vender parte da produção para as CEASAs e também para alguns mercados de suas cidades, uma vez que eles vão até a propriedade buscar a produção, diminuindo assim o custo de transporte dos agricultores e

possibilitando maior escala na comercialização. Ao optarem por essa modalidade, em que os compradores vão até a propriedade buscar a produção, têm uma redução no valor cobrado para compensar o deslocamento.

Ao serem questionados sobre onde eles preferem vender os seus produtos, os feirantes produtores responderam que preferem a feira.

Minha maior renda ainda vem do Ceasa do Rio, mas na feira a gente pode vender pelo preço que quer, né. A gente não gosta de depender de intermediário, mas ainda aqui [na feira] a gente continua dependendo, né. Porque a gente precisa que o cliente compre com a gente, então a gente fala que não gosta de depender, mas sempre depende. Só que aqui [na feira] pelo menos a gente recebe o preço total (Entrevista 4, 29 anos, agricultora feirante).

O acesso à feira não significa que os produtores deixam de acessar canais de comercialização mais convencionais, pelo contrário, os feirantes produtores são agora capazes de transitar por dois mercados diferentes: a feira e os mercados convencionais. Tal fato reforça a afirmação de Fonte (2010) que alegou que as redes alternativas são ambientes híbridos em que as relações sociais e econômicas se misturam gerando formas de mercado complexas e diversas, de acordo como espaço em que elas aparecem ou reaparecem.

As redes que compõem a Feira do Produtor Rural em Cordeiro são bastante amplas e complexas. Os feirantes têm diferentes oportunidades para comercializarem os seus produtos, combinando a feira com mercados mais tradicionais. Não apenas vendem diretamente aos consumidores, mas também para os mercados da cidade. Ampliam o seu acesso a novos mercados, mobilizam diferentes estratégias e combinam as formas alternativas com as formas convencionais de produção e comercialização.

Os quatro entrevistados que responderam que é possível sobreviver com o valor arrecado nas feiras, deixaram claro que precisam participar de outras três feiras, fazendo um total de quatro feiras por semana.

Os feirantes também foram perguntados quais são as principais diferenças entre comercializar seus produtos na feira, vendendo diretamente para o consumidor, e entregar parte da sua produção para que seja revendida (mercados municipais, Ceasas, sacolões, mercados). A maioria deles respondeu que a possibilidade de dialogar com o consumidor e poder explicar como o alimento é produzido seria a principal diferença. Nas feiras, o produtor tem a oportunidade de mostrar para o consumidor porque determinado produto está em falta, porque os preços variam em diferentes épocas do ano e também de justificar a diferença de preço do seu produto dentro da feira. Uma das feirantes afirmou que ela pode explicar porque o preço dela é diferente de outros que são cobrados

Quando alguém reclama do preço do tomate aqui, eu vou e explico que o meu pode até parecer mais caro, mas eu sei qual água eu tô usando para lavar, qual semente eu uso, como é que eu adubo. Tudo isso eu explico na hora que o cliente reclama. Eu conheço a qualidade do meu produto e eu falo isso com quem reclama. (Entrevista 2, 48 anos, agricultora feirante)

Perguntas sobre o preço também estiveram presente em nosso questionário. Na ocasião em que foram perguntados sobre a negociação de preços com os clientes, todos responderam que sempre tem um que reclama mais do preço e acaba *pechinchando*, no entanto, que, no geral, as pessoas pagam o preço pedido.

Na tabela 2, quando os feirantes responderam quais as motivações de comercializar nas feiras, a maioria das respostas esteve associada ao fato não depender de intermediários e pela relação estabelecida com os consumidores. Marsden (2000;2003) argumenta que as cadeias curtas de abastecimento alimentar, como as feiras, têm a capacidade de, ao eliminar o papel dos intermediários, permitirem que os produtores absorvam uma parte maior do valor agregado de sua produção, garantindo, assim, aos produtores maior renda.

Os dados trazidos aqui buscaram compreender como se deu a participação dos feirantes na construção e consolidação das feiras. Estas são construídas e permanecem pela relação que se dá entre os produtores e os consumidores. A segunda categoria, ao optar por destinar parte de seus recursos para o consumo nas feiras, demonstra que também são capazes de transitar por diferentes ambientes de abastecimento alimentar. Neste momento, chamamos atenção para o fato de apesar de termos aplicado um número considerável de questionário junto aos consumidores, a realização de entrevistas ficou um pouco abaixo do esperado devido à necessidade de parar o campo para que pudéssemos cumprir a quarentena, como já foi explicado na introdução desta dissertação.

3.2.2 Os consumidores da feira do produtor rural em cordeiro

Assim como diferentes são as razões que levam os produtores a comercializar seus produtos em feiras de interação face a face, também são muitos os motivos que levam os consumidores a destinar parte de sua renda para consumir nesses espaços. A importância do consumo e os motivos que os levam a consumir produtos diferenciados vêm ganhando importância nas análises que buscam compreender o meio rural.

Como já afirmamos algumas vezes, é necessário compreendermos as relações de consumo ao apresentar o meio rural. Os consumidores desempenham um papel fundamental nas feiras, sendo corresponsáveis pela construção social da mesma. Enquanto consumidores,

não apenas consomem, mas criam um espaço para o comércio e colaboram para a consolidação das cadeias curtas de abastecimento alimentar.

De acordo com a literatura estudada, definir quais são as preferências e as motivações que levam os consumidores à feira é, ainda, trabalhoso e complexo. Isto porque eles estão imersos em diferentes contextos sociais, políticos, culturais, econômicos e têm diferentes percepções a respeito das práticas de consumo.

Iniciaremos as nossas análises sobre os consumidores a partir do perfil socioeconômico dos mesmos, assim como fizemos com os feirantes. Em relação à renda familiar, conforme apresentado na tabela 5, mais de 50% dos entrevistados afirmaram receber mais do que R\$ 4.180,00 por mês, o que indica que grande parte dos consumidores faz parte da classe média de Cordeiro, bem superior à renda média do município.

Tabela 5: Renda Familiar

Renda Familiar			
Renda	Frequência	%	
1 a 2 salários mínimos	3	18,8	
3 a 4 salários mínimos	4	25	
5 a 6 salários mínimos	4	25	
7 a 8 salários mínimos	3	18,8	
9 a 10 salários mínimos	2	12,5	
Total	16	100,00	

Fonte: Dados obtidos pela autora através do trabalho de campo, 2020

Identificamos um alto grau de escolaridade dos consumidores visto que, dos dezesseis entrevistados, todos concluíram o ensino médio, e mais da metade deles têm ensino superior ou está cursando.

Tabela 6: Nível de escolaridade

Nível de escolaridade			
Escolaridade	Frequência	%	
Analfabeto	-	-	
Ensino Fundamental	-	-	
Ensino Fundamental Incompleto	-	-	
Ensino Médio	4	25	
Ensino Médio Incompleto	-	-	
Técnico	1	6,25	
Ensino Superior	4	25	
Ensino Superior (Cursando)	7	43,75	
Total	16	100,00	

Fonte: Dados obtidos pela autora através de trabalho de campo, 2020

Em relação às profissões dos consumidores entrevistados, podemos dizer que há uma grande variedade, incluindo recepcionistas, microempreendedores, donas de casa, militares,

nutricionistas, educadores físicos, aposentados, professores além de estudantes e servidores públicos.

Ao serem perguntados sobre quanto eles gastam nas feiras a maioria afirmou que gasta a partir de 30 reais.

Tabela 7: Valor gasto nas feiras

Valor gasto			
Valor gasto	Frequência	%	
Até 10 reais	1	6,25	
De 10 a 20 reais	1	6,25	
De 20 a 30 reais	4	25	
De 30 a 40 reais	5	31,25	
Mais de 40 reais	5	31,25	
Total	16	100,00	

Fonte: Dados obtidos pela autora através de trabalho de campo, 2020

Se considerarmos que, sete dos consumidores entrevistados afirmaram ir três vezes por mês à feira e seis entrevistados vão quatro vezes ao mês, podemos inferir que, por mês, o gasto aproximado por consumidor é de, aproximadamente, R\$ 120,00.

Tabela 8: Frequência que vem à feira

Idas a feira			
Idas a feira	Frequência	%	
Uma vez por mês	2	12,5	
Duas vezes por mês	1	6,3	
Três vezes por mês	7	43,8	
Quatro vezes por mês	6	37,5	
Mais de quatro vezes	-	-	
Total	16	100,00	

Fonte: Dados obtidos pela autora através do trabalho de campo, 2020

A partir da observação, já que a aplicação de questionários foi apenas uma parte da pesquisa, foi possível identificar que existem dois tipos de consumidores que participam regularmente da Feira do Produtor Rural em Cordeiro, já que os mesmos encaram a feira de modo diferente. Cada um participa dela por um motivo específico, que se manifesta a partir das relações que são estabelecidas entre consumidores e produtores.

Existe um grupo de consumidores que veem, na feira, um espaço único para comércio. Sua relação é estritamente econômica/comercial. Optam pela feira porque a qualidade dos produtos é maior do que nos mercados e porque os preços são menores (81,25% dos entrevistados, treze consumidores, afirmaram que o preço praticado nas feiras é menor do que o dos mercados). Apesar disso, não tem nenhuma relação com os feirantes, não costumam negociar preços e nem trocam ideia sobre o produto e a produção.

Os consumidores destacaram, em suas falas, que o preço cobrado nas feiras, geralmente, é menor do que o cobrado nos mercados e isso, portanto, seria um fator fundamental na escolha da feira como local para a compra de seus produtos. Em entrevistas procuramos identificar quais as principais motivações que levam os consumidores a feira. Citamos duas entrevistas: “minha maior motivação para vir a feira? A qualidade e o preço, né” (Entrevista 6, 22 anos, consumidora) e “venho à feira pelo preço, pela qualidade e porque eu sei que os produtos são frescos e produzidos com qualidade” (Entrevista 7, 24 anos, consumidor)

Em geral, eles não são assíduos nas feiras e sua cesta de consumo não é muito variada. Um caso particular que nos chamou a atenção foi de uma consumidora que disse ir à feira a cada dois domingos para comprar “*a sua grande paixão*”, referindo-se a pitaya. Esta mesma consumidora afirmou que sua alimentação não foi influenciada por causa da feira e que costumar ir à feira para (além de procurar a sua pitaya) comprar os produtos que faltavam no mercado e que eram fundamentais para a sua dieta alimentar, que foi passada por uma nutricionista.

Ademais, ressaltamos as pesquisas feitas por Barbosa (2009), Klafke (2009), Proença e Witt Schneider (2011) que chamam atenção para a existência de uma busca aos produtos “alternativos”, “saudáveis” e/ou “orgânicos” que é influenciada por uma crença na qualidade destes alimentos. A preocupação, no entanto, está relacionada ao valor nutricional e a sua consequência positiva para a estética e a busca do corpo perfeito através de uma alimentação adequada. Assim, o acesso a tais mercados “alternativos” se justificaria, principalmente, pela questão da preocupação com a nutrição estética voltada para o corpo (e, depois, o comer e a comida).

No caso de Cordeiro, desde 2016, identificamos a revalorização dos produtos rurais, da história dos alimentos e do respeito ao tempo necessário desde a plantação até a colheita dos alimentos. Esses movimentos de revalorização se inserem em um contexto mais amplo dialogando com mudanças que vêm acontecendo no âmbito do consumo, tanto nacional quanto internacionalmente, e buscam conectar os produtos locais com valores associados à qualidade. Nos últimos anos isso vem se somando também ao crescimento significativo de movimentos que apontam para a importância do consumo de alimentos mais saudáveis, produtos *fit* e veganos. No caso de Cordeiro, destacamos o papel que vem sendo desempenhado por alguns profissionais, como nutricionistas, professores de educação física e cozinheiros locais, que começaram a apontar para a importância de consumir os produtos vindos da agricultura familiar e encontraram na Feira do Produtor Rural um importante aliado.

Por outro lado, existe outro grupo de consumidores que sempre vão às mesmas barracas e são consumidores “fiéis”. Eles quase sempre procuram os mesmos produtos e têm o hábito trocar informações com os feirantes. Costumam demonstrar interesses sobre a produção e querem aprender com os feirantes como consumir os produtos. Assim, a preferência pela feira aos domingos está associada à percepção de que os tais produtos teriam maior qualidade e pelo fato de propiciar a esses consumidores uma nova experiência no momento do consumo, ao permitirem um contato direto com o produtor. Este fato lhe dá a capacidade de dialogar diretamente com os feirantes sobre o produto e a forma como a mercadoria foi produzida, possibilitando uma reconexão entre produtores e consumidores. Um dos consumidores nos relatou que ir à feira fez com que sua alimentação mudasse porque passou a ter um contato maior com os alimentos. “A alimentação começa pelo olhar. E os produtos da feira despertam o meu apetite. Tudo fresquinho, o cheiro dos alimentos, excelente qualidade” (Entrevista 5, 51 anos, consumidora)

Uma feirante/agricultora comentou, em uma de nossas conversas, que alguns consumidores chegavam a visitar sua propriedade. Ela, por sua vez, fazia questão de preparar um almoço para eles enquanto o seu marido mostrava a plantação. Pra *et al* (2016) ao analisarem as lógicas e estratégias de comercialização na agricultura familiar do Agreste da Paraíba identificaram que os produtos que são destinados aos clientes fiéis recebem maior atenção e são guardados até que os clientes possam buscar. O mesmo mecanismo ocorre na Feira do Produtor em Cordeiro. Assim como os autores apontam tal atitude, “reflete o reconhecimento do produtor pelo consumidor, que, por sua vez, contribui por sua fidelidade à perenidade ou sustentabilidade social e física do dispositivo e do ciclo comercial” (Pra *et al*, 2016, p. 13).

Autores como Radomsky (2010), Ferrari (2011) e Cassol (2013) identificaram que este perfil de consumidor tem maior preocupação com atributos como a origem rural dos alimentos – e dos agricultores e maior respeito às técnicas tradicionais adotadas. A busca por alimentos agroecológicos, segundo Radomsky (2010), está atrelada aos diferentes estilos de vida dos produtores e dos consumidores, mas que o reconhecimento da qualidade do produto é decorrendo das interações sociais firmadas entre eles.

Ainda assim, apesar dos consumidores, em sua maioria, afirmarem que os preços cobrados nas feiras são menores do que os preços cobrados nos mercados, a maior parte desses consumidores afirma que compram mais em mercados do que nas feiras. Um dos motivos que podem justificar a maior incidência das compras nos mercados são as famosas “feiras corta preço”, nas quais os produtos são vendidos a preços insignificantes. É possível encontrar um pé

de alface sendo vendido a R\$ 0,20. Os consumidores, assim, combinam os diferentes canais de comercialização, não escolhendo um, mas complementando um com o outro de maneira a atender suas preferências alimentares e seu orçamento doméstico. Assim, se o consumidor vai ao mercado no sábado e não encontra o pé de alface que gostaria, então, no domingo de manhã ele vai à feira. Se no domingo ele não encontra tudo o que precisa na feira, ele completa a sua cesta de consumo na terça feira, nos mercados locais.

Apesar disto, a participação dos consumidores nas feiras é considerável. Em nossas vistas a campo observamos que, como destacado anteriormente, aproximadamente 250 pessoas participam da feira semanalmente. A adesão dos consumidores à feira aos domingos fez com que nós nos questionássemos sobre qual o tipo de relação que se estabeleceu entre consumidores e produtores, já que explicação puramente mercadológica não nos parecia suficiente. A literatura estudada apontou para a existência de relações de confiança e respeito que poderiam ser mutuamente estabelecidas.

Os consumidores foram perguntados sobre as relações que eles mantinham com os feirantes produtores, eles responderam, na maior parte das vezes que a principais relações são as de respeito e confiança (conforme apresentado na tabela 9)

Tabela 9: Relação com os feirantes

Relação com os feirantes		
Relacionamento	Frequência	%
Respeito	8	50
Confiança	4	25
Amizade	3	18,75
Negócio	2	12,5
Nenhum	-	-
Total	16	100,00

Fonte: Dados obtidos pela autora através de trabalho de campo, 2020

Conforme já argumentamos, a confiança que se atribui ao consumo nas feiras decorre da origem rural dos produtos que ali são vendidos e a um passado em comum que é compartilhado. Como as representações são compartilhadas, as relações têm a capacidade de gerar laços de sociabilidade, visto que valores simbólicos, culturais e morais são partilhados.

Para nós, a relação de respeito e confiança pode ser exemplificada quando os consumidores compram fiado e se põe em uma posição de aprender com os feirantes e também de compartilhar as suas experiências. Já as relações de negócio aparecem no momento em que os consumidores negociam os preços com os feirantes e, finalmente, as relações de amizade ficam evidentes sempre que os feirantes e os consumidores mantêm contato durante a semana

e na realização de visitas de consumidores às propriedades. Com o advento das redes sociais, é cada vez mais comum que o contato entre eles seja feito a partir do *whatsapp* e *facebook*.

As redes agroalimentares alternativas são capazes de criar uma espécie de “economia cultural alternativa”, que se baseia em valores sociais e, principalmente, morais. Contribuem para a construção de “novas” racionalidades (Goodman, 2009), que pode se manifestar a partir da compreensão do por que os agricultores optam em comercializar nas feiras e como o consumo nas mesmas contribuem, diretamente, para a reprodução deles.

Pensando na realidade brasileira, o consumo de alimentos que são comercializados a partir de redes agroalimentares alternativas, estaria relacionado aos valores culturais e territoriais. No geral, os consumidores associariam estes produtos com o seu passado rural, qualificando-os como produtos de qualidade. No caso de Cordeiro, até o final dos anos 1980, legumes e verduras eram comprados nas propriedades rurais. Era comum as pessoas irem até a plantação – ou horta, como chamada pelos cordeirenses – e comprarem diretamente com o produtor. Atualmente, o consumo nas feiras traz essas lembranças e remete a um passado próximo em que a ruralidade era tão marcante.

Ir à feira é um despertamento da minha memória afetiva. Quando eu morava em Pádua, eu ia direto comprar com Seu Hercílio e Dona Pequena. Me mudei para Cordeiro e comprava direto com a Wanda. Hoje, vou à feira. É como na minha infância (Entrevista 5, 51 anos, consumidora)

Quando eu era criança meu pai tinha uma venda. As verduras e os legumes que nós vendíamos lá eram plantados por ele. Algumas pessoas não compravam na venda, mas iam até essa propriedade e pediam aquilo que queriam. Ele colhia e vendia. Quando eu venho à feira, eu tenho lembranças do meu pai e de como ele trabalhava (Entrevista 6, 59 anos, consumidor)

Gosto de vir à feira porque antes até mesmo o frango que a gente comprava era direto com o produtor. Minha mãe sempre me pediu para ir à granja, que hoje é o colégio Celc, e ali eu escolhia um frango, eles matavam e eu levava para casa (Entrevista 7, 56 anos, consumidora)

O que nós podemos observar, a partir das falas e do que foi apresentado até o momento, é que no caso da Feira do Produtor Rural em Cordeiro o consumo também está relacionado com a memória afetiva dos cidadãos. Não há, no entanto, uma preocupação com selos que garantam a qualidade e certificados. As relações pessoais, por outro lado, é que funcionam como garantia de qualidade e suas origens.

Assim, um dos aspectos que legitimam o consumo nas feiras são os valores morais refletidos nas escolhas dos consumidores, na preocupação em consumir produtos de qualidade, na revalorização do rural, na importância de se saber de onde vêm os alimentos e para onde eles vão. Em Cordeiro, a qualidade dos produtos não é atestada por nenhum selo. Os consumidores

trocam informações com os produtores e acreditam naquilo no que eles dizem, não sendo necessário nada além da interação que ocorre entre eles.

Ainda que possamos identificar que as relações de confiança são presentes na Feira do Produtor Rural em Cordeiro e que os consumidores acreditem na qualidade dos produtos, outros elementos são fundamentais para a permanência deste mercado. Nossa pesquisa de campo demonstrou que a feira de Cordeiro mobiliza valores sociais, lembranças de um passado rural e possibilita o compartilhamento de experiências. O preço, contudo, continua decisivo para os consumidores no momento de fazer suas escolhas. A realidade assim, se mostra mais complexa do que podemos imaginar. As interações não ocorrem ou de forma convencional ou alternativa, porém são relações que transitam por estes dois espaços. A força e a criatividade dos agricultores familiares da Região Serrana está justamente em conseguir adentrar nestes dois mercados, garantindo assim a sua sobrevivência e lutando por sua autonomia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As discussões apresentadas nesta dissertação procuraram elucidar e exemplificar um debate que vem crescendo e ganhando expressão em diversos países e em diferentes áreas de estudos: as cadeias curtas de abastecimento alimentar. Nós buscamos analisar e problematizar um caso específico, a “Feira do Produtor Rural em Cordeiro”, chamando atenção para os aspectos gerais e as especificidades que diferenciam a experiência de Cordeiro de outras que foram estudadas por outros autores.

O debate das cadeias curtas de abastecimento alimentar se inicia com a compreensão do aparecimento das chamadas redes agroalimentares alternativas, que envolvem três aspectos centrais, que permitem com que se distanciem do sistema convencional: i) são capazes de reconectar os produtos aos produtores e lugares de origem; ii) promovem a inclusão socioeconômica de agricultores familiares e consumidores; iii) procuram ser “ambientalmente amigáveis”, respeitando a produção natural, tradicional e ecológica (SCHNEIDER; GAZOLLA, 2017).

Durante nossa pesquisa, buscamos explorar o papel desempenhado pela Feira do Produtor Rural em Cordeiro enquanto um tipo de cadeia curta e um espaço para a comercialização de alimentos que teriam a capacidade de ser uma alternativa a um modelo convencional de distribuição e consumo. Apesar de ancestrais, as feiras têm se apresentado, principalmente nos últimos anos, como um importante espaço de inserção social para os agricultores familiares.

A literatura tem apontado para um recente e crescente processo de valorização desses espaços na medida em que há maior reconhecimento que os alimentos comercializados nela são locais, os valores podem ser compartilhados e há uma construção conjunta de mercados, confiança e de reciprocidade.

Neste sentido, a Feira do Produtor Rural em Cordeiro se apresenta como parte de uma rede agroalimentar alternativa à medida que se opõe ao modelo convencional/industrial de produção e consumo alimentar e que apresenta uma alternativa para a venda de seus produtos que não seja por meio de terceiros. Como características centrais dessas redes, nós temos a cooperação social; a parceria; a reaproximação entre produtores e consumidores; a dinamização dos mercados locais; a revalorização de produtos de qualidade diferenciada e um número reduzido de intermediários (DAROLT; LAMINE, 2017).

No capítulo 2 chamamos atenção para a discussão que se apresenta em torno da alternatividade. Naquele momento buscamos apresentar as principais diferenças que, a luz da literatura escolhida, evidenciou como o modelo brasileiro se apresenta frente ao europeu. Neste momento, no entanto, consideramos que seja necessário problematizar a questão da alternatividade presente em Cordeiro.

No entanto, ainda que essas redes empreguem diferentes equações sociais que prezam pela localidade, região, qualidade e valorizam a relação entre consumidores e produtores, as relações não lineares. Os produtores e os consumidores transitam por diferentes mercados, o que evidencia que a realidade é complexa e que os atores têm a possibilidade de escolher quais mercados eles querem participar e se desejam estar nos mesmos.

Diante deste cenário, a produção poderá ser alternativa porque apresenta uma lógica diferente da imposta pelo mercado. Por exemplo, a partir de dados obtidos em campo identificamos que não ocorre, na grande maioria, o uso de agrotóxicos em larga escala. Ainda assim, a comercialização dos produtos não se apresenta de uma forma alternativa, mas, por vezes, convencional, uma vez que o preço é um elemento determinante nas trocas que ocorrem neste espaço, conforme demonstrado. Evidenciando assim uma realidade complexa que ainda necessita ser explorada.

Um aspecto que nos faz problematizar a questão da alternatividade diz respeito ao cuidado que os agricultores têm com a plantação. Embora grande parte da literatura aponte para a existência de uma produção agroecológica quando há a participação em mercados alternativos, os dados obtidos em campo nos mostraram que o caminho adotado pelos feirantes produtores que participam da Feira do Produtor em Cordeiro foi um pouco diferente. Inicialmente, ainda durante o campo exploratório, nós identificamos duas produções orgânicas, mas os agricultores deixaram de frequentar a feira poucos meses depois.

Os demais participantes embora tenham afirmado que não havia a utilização de agrotóxicos, nos informaram que compram alguns inseticidas industrializados, como o fumo líquido, uma vez que a compra do produto já pronto facilita o seu trabalho. Ou seja, mesmo que a maioria dos feirantes produtores tenham afirmado que utiliza a fertilização natural, todos eles compram os fertilizantes de outras pessoas.

Um outro aspecto que nos chama atenção quanto a questão do que é realmente alternativo na Feira do Produtor Rural em Cordeiro é não participação dos poucos agricultores locais, que preferem comercializar a sua produção em espaços separados. Desta maneira, se a ideia das redes agroalimentares alternativas é a diversidade de iniciativas que apontam para

outras possibilidades de produção e suprimento de alimento (MARTIL; ANJOS, 2020) que busca superar a lógica dos “impérios alimentares”. Então, a não participação destes agricultores aponta para a existência da alternatividade para além das feiras livres de abastecimento alimentar.

Finalmente destacamos que embora uma das principais características das redes agroalimentares alternativas seja a capacidade de contribuir para a construção de uma sociedade mais consciente de seus hábitos de consumo, gerando solidariedade entre os indivíduos e proporcionando uma maior reflexividade dos mesmos, estimulando o exercício de cidadania. A realidade se apresentou, em Cordeiro, de forma diferente da literatura. Sem a participação de sindicatos ou de movimentos de agricultores, sem que os consumidores reivindicassem por produtos orgânicos ou agroecológicos e sem que ocorresse um rompimento com as formas convencionais de consumo e produção.

Apesar de termos nos ancorando em uma literatura internacional para a realização deste trabalho, o contexto histórico e social em que a Feira do Produtor de Cordeiro está inserida é diferente daquele que foi analisado pelos europeus, os quais foram marcados por um processo de urbanização e industrialização que desconectou produtores e consumidores e impôs transformações no modo como os alimentos eram produzidos e consumidos (FONTE; 2008). No Brasil, a manutenção e a organização de feiras estão muito mais ligadas à possibilidade de fazer com que os consumidores enxerguem as técnicas tradicionais que são usadas, como eles produzem, quais são os seus métodos de fertilização etc. Diferentemente do que aconteceu na Europa em que foi preciso reconectar consumidores e produtores e realocar os alimentos.

Desta forma, as relações que ocorrem na Feira do Produtor em Cordeiro se dão a partir do compartilhamento de vínculos que se estabelecem por meio de um mesmo passado rural. Tanto os consumidores quanto os produtores, de alguma forma, mantêm e compartilham vínculos com o meio rural. Assim, muito mais do que uma reconexão, a Feira se estabelece como um elo para que ocorra um processo de revalorização e de reconhecimento de quais são as técnicas utilizadas, quais são os insumos, qual é a produção daquele feirante etc.

São os valores compartilhados que são capazes de orientar as práticas e as ações econômicas dos indivíduos, através do processo de imersão econômica (*embeddedness*). Ao iniciarmos esta pesquisa, nós procurávamos elementos que apontassem para uma revalorização das relações sociais frente às relações mercadológicas. Porém, ao comparamos a literatura analisada com o nosso caso, identificamos que ainda que elementos como reciprocidade, sociabilidade, reconexão, revalorização e proximidade estejam presentes em mercados

alternativos como as feiras, ainda assim as relações econômicas e mercadológicas estão presentes e são, em algumas vezes, determinantes para a escolha dos consumidores.

A construção da feira se deu através de uma parceria do poder público, com a prefeitura e a EMATER e do poder privado, a partir da presença do empresário local. Este é um exemplo de como os atores sociais são capazes de unir suas normas e suas crenças de forma a estruturar e organizar as transações econômicas.

A operacionalização da feira em Cordeiro permite que estratégias diferentes de comercialização sejam estabelecidas por parte dos produtores, o que melhorou significativamente suas condições de reprodução econômica. Adicionalmente, o funcionamento da Feira permitiu maior diversificação da produção desses feirantes produtores, que são agricultores familiar. Constatamos, ao entrevistar os produtores que as diferentes demandas dos consumidores faziam com que eles produzissem aquilo que solicitado pelos clientes. Além disso, como já não havia mais uma obrigação de entregar um determinado produto para os compradores “de fora”, eles podiam optar, com maior liberdade, aquilo que seria produzido.

Antes de encerrar esta conclusão, consideramos que seja importante fazer algumas considerações levando em conta a nossa conjuntura atual. Durante a presente dissertação chamamos atenção para o protagonismo político assumido pelo meio rural brasileiro, principalmente mediante a luta da classe rural que, ciente de seus direitos passaram a reivindicar políticas públicas. No entanto, desde o ano de 2016, principalmente com a extinção do Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA (MP 726), temos acompanhado uma série de desmontes nas políticas públicas que passam pela desestruturação do PAA; por mudanças na condução da política agrária, a desestruturação do corpo técnico, a supressão da institucionalidade e a criminalização dos movimentos sociais.

Outro aspecto que também precisamos apresentar aqui é o fato de a feira não estar acontecendo mais em Cordeiro desde o mês de junho devido à pandemia do novo corona vírus. A prefeitura do município entendeu que como a maioria dos feirantes vem de cidades que estão com bandeira vermelha ou laranja seria necessário suspender o funcionamento das feiras. Alguns dos feirantes produtores, que participavam da Feira do, que participavam da Feira do Produtor Rural em Cordeiro, têm vindo à cidade duas vezes por semana abastecer algumas das quitandas e “mercadinhos” locais. Não sabemos, ainda, em que momento e como a feira voltará a funcionar, mas a prefeitura afirmou que, assim que a situação “voltar ao normal”, a feira também retornará.

Finalmente, acreditamos que este trabalho reforça a importância que o consumo seja mais focado nos estudos rurais. Não obstante os recentes avanços observados, a sociologia rural, principalmente no caso brasileiro, ainda carece de estudos que se relacionem as questões de consumo e as formas de organização e comercialização dos agricultores. Há ainda um longo caminho a ser percorrido. Esperamos que a dissertação tenha contribuído para ampliar a compreensão das feiras enquanto espaços que vêm sendo ressignificados e reincorporados ao dia a dia da população brasileira.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

ABRAMOVAY, R. **Entre deus e o diabo: mercados e interação humana em Ciências Sociais**. Tempo Social: Revista de Sociologia da USP. São Paulo, v. 16, n.2, p. 35-64, 2004

ARAÚJO, A.L; RIBEIRO, E.M. **Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres**. Estudos Sociedade e Agricultura, outubro de 2018.

AZEVEDO, E. **Alimentação, sociedade e cultura: temas contemporâneos**. *Sociologias*[online]. 2017, vol.19, n.44, pp.276-307. ISSN 1807-0337.BALSAN, R. **Impactos decorrentes da modernização da agricultura brasileira**. CAMPO-TERRITÓRIO: revista de geografia agrária, v. 1, n. 2, p 123-153, ago. 2006.

BARBOSA, L. **Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2004.

BARBOSA, L; CAMPBELL, C. **Cultura, Consumo e Identidade**. Rio de Janeiro, Ed FGV, 2006, 204p.

BAUMAN, Z. **Vida de consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony; LASH Scott; **Modernização reflexiva: Política, tradição e estética na ordem social moderna**. São Paulo: Ed. Unesp, 1997

BÍBLIA SAGRADA. **Bíblia King James Atualizada**. Abba Press, São Paulo, 2016.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. Porto Alegre, 2ª Ed. Zouk, 2011. 556 p. CARNEIRO, M. J. **Política Pública e agricultura familiar: uma leitura do Pronaf**. 1997

CARVALHEIRO, E.M. **A construção social de mercados para produtos da agroindústria familiar**. Tese de Doutorado. Porto Alegre, 2010.

CARVALHO, M.C.; LUZ, M. T. Simbolismo sobre “natural” na alimentação. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, n. 1, pp. 147-154, 2011.

CASSOL, A. **Redes Agroalimentares Alternativas: mercados, interação social e a construção da confiança**. Dissertação de Mestrado. Porto Alegre, 2013.

CASSOL, A; SCHNEIDER, S. **Produção e Consumo de Alimentos: novas redes e atores**. In: Lua Nova, São Paulo, 95: 144-177, 2015.

CASTRO, Hebe Maria Mattos de. **Ao sul da história: lavradores pobres na crise do trabalho escravo**. São Paulo: Brasiliense, 1986

CAZELLA, Ademir Antonio; MATTEI, Lauro; SCHNEIDER, Sérgio. Histórico, caracterização e dinâmica recente do Pronaf – programa nacional de fortalecimento da

agricultura familiar. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL, XLII., 2004, Cuiabá. Anais... Cuiabá:, 2004

DAGNINO, E **Confluência perversa, deslocamentos de sentido, crise discursiva** In: Grimson, A (comp) La Cultura em las Crisis Lationamericanas. Buenos Aires: CLACSO, 1ª ed , 2004, p 195-216

DELGADO, N. G. **O papel do rural no desenvolvimento nacional: da modernização conservadora dos anos 1970 ao Governo Lula.** In: Brasil rural em debate: coletânea de artigos. Brasília: CONDRAF/MDA, 2010

DURKHEIM, E. **Da divisão do trabalho social.** Martins Fontes: São Paulo, 1999.

FAO/INCRA. Diretrizes de política agrária e desenvolvimento sustentável para a pequena produção familiar. Brasília, FAO/INCRA, 1994 a.

FISCHLER, C. A “McDonaldização” dos costumes. In: FLANDRIN, J.L; MONTANARI, M. (Dir.). **História da Alimentação.** São Paulo: Estação Liberdade, 1998, pp. 841-862.

FONTE, M. Knowledge, Food and Place. A Way of Producing, a Way of Knowing, Sociologia Ruralis. Vol. 48, Number 3, July – 2008

FORMAN, S. **Camponeses: sua participação no Brasil.** [online]. **Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2009. Bibliografia. 309 p.**

FRAGOSO, João Luís. Economia brasileira no Século XIX: mais do que uma plantation escravista-exportadora. In: LINHARES, Maria Yedda (org.). História geral do Brasil. Rio de Janeiro: 2.ed., Ed. Campus, 1996

FRIEDMAN, H. **From colonialism to green capitalism: social movements and emergence of food regimes.** Research in rural sociology and development, v. 11, pp. 227, 2005

GARCIA, M-F. **O segundo sexo do comércio: camponesas e negócio no Nordeste do Brasil.** Revista brasileira de Ciências Sociais, nº 19, 1992.

GARCIA, M-F. **Representações científicas e práticas mercantis camponesas.** Raízes, nº2, Campina Grande/PB 2002.

GAZOLLA, M; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 4ª edição. São Paulo: Atlas 1994.

GOODMAN, D. DUPUIS, E.M, GOODMAN, M.K. **Network: knowledge, practice, and politics.** London and New York, O Routlege, 2012

- GOODMAN, D. DUPUIS, E.M. **Knowing Food and Growing Food. Beyond the Production-Consumption Debate in the Sociology of Agricultural.** Sociologia Ruralis, Vol 42, Number 1, January 2002
- GOODMAN, D. **The Quality ‘Turn’ and Alternative Food Practices: Reflections and Agenda.** Journal of Rural Studies - J RURAL STUD. 19. 1-7. 2003
- GOODMAN, M. **Reading fair trade: political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods.** Political Geography, nº 23, p. 891-915, 2004
- GRANOVETTER, M. **Ação Econômica e Estrutura Social: o problema da imersão.** RAE-eletrônica, v. 6, n. 1, Art. 9, jan./jun. 2007
- GRANOVETTER, M; SWEDBERG, R. **The Sociology of Economic Life.** Westview Press. 1992
- GUANZIROLI, C.E; VINCHON, K. **Agricultura familiar nas regiões serrana, norte e noroeste fluminense: determinantes do processo de geração de renda.** Revista de Economia e Sociologia Rural, 57(3), 353-367, 2019.
- GUIMARÃES, O. **Amor à terra: desenvolvimento econômico social do Estado do Rio – Cordeiro.** Helios Bastos Tigre Editor. Rio de Janeiro, 1943.
- GUIVANT, Julia S. Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. **Ambiente & Sociedade**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 63-81, 2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/asoc/v6n2/a05v06n2.pdf>>. Acesso em: 27 mai. 2008.
- JACOB, M; CHAVES, V. **Sociologia da alimentação: do microscópio ao telescópio.** Revista Inter-Legere, 2019
- KLAFKE, F. **Consumo de alimentos e reflexividade: os(as) consumidores(as) da Banca de Reforma Agrária.** Monografia. Porto Alegre, 2009.
- LYSON, T.A.. **Civic Agriculture: Reconnecting Farm, Food, and Community.** Medford,MA:Ttufts University Press. 2004
- MALUF, R. S. Segurança alimentar e desenvolvimento econômico na América Latina: o caso do Brasil. Revista de Economia Política, São Paulo, v. 15, n. 1, 1995
- MALUF, R.. **Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais.** *Ensaio FEE*, 25(1), 299:322, 2004
- MARCOVITCH, J. **Os desafios da área de Humanidades no Brasil e no mundo.** Estudos Avançados, v. 16, n. 46, p. 223–243, 2005
- MARSDEN, T. BANKS, J. BRISTOW, G. **Food Supply Chain Approaches: Exploring their Role in Rural Development.** In: Sociologia Ruralis, vol 40, number 4. October: 2000

- MARTES, DURAND E ABRAMOVAY. **Apresentação à edição brasileira.** In: **STEINER, P. A sociologia econômica.** São Paulo. Ed. Atlas, 2006, 134 p
- MARTIL, G. C.D. **Redes Agroalimentares Alternativas e Consumo Político:** o caso das feiras ecológicas de Porto Alegre, RS. Dissertação de Mestrado. Pelotas, 2016.
- MARX, K. Grundrisse: manuscritos econômicos de 1857-1858 : esboços da crítica da economia política / Karl Marx ; supervisão editorial Mario Duayer ; tradução Mario Duayer, Nélio Schneider (colaboração de Alice Helga Werner e Rudiger Hoffman). – São Paulo : Boitempo ; Rio de Janeiro : Ed. UFRJ, 2011. (Coleção Mar-Engels)
- MATOS, P.F; PÊSSOA, V.L.S **A modernização da agricultura no Brasil e os novos usos do território.** Geo Uerj Ano 13, nº 22, v.2, p 290-322, 2011
- McMICHAEL, P. **A food regime genealogy.** *The Journal of Peasant Studies* Vol. 36, No. 1, January 2009
- MIELE, M. **Creating sustainability: the social construction of the market for organic products.** Wageningen: Wageningen University, 2001.
- MIELE, M. Consumption culture: the case of food. In: **CLOKE, P. M. T. and MOONY, P. (eds.) The Handbook of Rural Studies Vol. 1.** London and New York: Sage, pp. 345-364. 2006
- MOTTA, M. e ZARTH, P. (Orgs.). **Formas de resistência camponesa:** visibilidade e diversidade de conflitos ao longo da história. 1: Concepções de justiça e resistência nos Brasis. São Paulo, UNESP; Brasília, Ministério do Desenvolvimento Agrário, NEAD, 2008. (História Social do Campesinato no Brasil)
- PEREIRA, M. S. **Avaliação da sustentabilidade de sistemas de produção agrícola de base ecológica no Município de Nova Friburgo, RJ.** Dissertação de Mestrado (UFRRJ) 2013.
- PICOLOTTO, E. V. **Os Atores da Construção da Categoria Agricultura Familiar no Brasil.** RESR, Piracicaba-SP, Vol. 52, Supl. 1, p. S063-S084, 2014
- PLOEG, J.D. van der. **Camponeses e impérios alimentares:** lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.
- PORTILHO, F. **Novos atores no mercado:** movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. In: *Política & Sociedade.* Volume 8, número 15: outubro de 2009
- PORTILHO, F.; CASTAÑEDA, M; CASTRO, I.R.R. **A alimentação no contexto contemporâneo:** consumo, ação política e sustentabilidade. In: *Ciência & Saúde Coletiva* 16(1): 99-106. 2011

PRIGENT-SIMONIN, A-H; HÉRAULT-FOURNIER, C. **The role of trust in the perception the quality of local food products:** with particular reference to direct relationships between producer and consumer. *Antropology of food*. May 2005: local foods.

RADOMSKY, G.F.W. *Certificação Participativa e Regimes de Propriedade Intelectual*. Tese de Doutorado (UFRGS). Porto Alegre, 2010.

RAUD-MATTEDI, C. **A construção social do mercado em Durkheim e Weber:** análise do papel das instituições na Sociologia Econômica clássica. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 20, n.57, fev 2005

RITZER, G.F. **The McDonaldization of society**. *Journal of American Culture*. Vol.6, n.1, 1983, pp. 100-107.

SCARBELOT, M. **Construção de cadeias agroalimentares curtas e papel dos atores em Nova Veneza, SC**. Dissertação de Mestrado (UFRGS) 2012.

SCHNEIDER, S; CASSOL, A. **Diversidade e heterogeneidade da agricultura familiar no brasil e implicações para políticas públicas**. In: Delgado, Guilherme Costa. Bergamasco, Sonia Maria Pessoa Pereira (orgs.) **Agricultura Familiar Brasileira: Desafios e perspectivas de futuro: Ministério do Desenvolvimento Agrário: 2017**.

SCHNEIDER, S; ESCHER, F. **A contribuição de Karl Polanyi para a sociologia do desenvolvimento rural**. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 13, no 27, mai./ago. 2011, p. 180-219

SMITH, A. **A riqueza das nações**. Volume I, Nova Cultural, 1988. Coleção "Os Economistas".

SOUZA, Cleonice Borges; CAUME, José David. **Crédito Rural e Agricultura Familiar no Brasil**. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. XLVI. 2008. Rio Branco – Acre

STEINER, P. **A sociologia econômica**. São Paulo. Ed. Atlas, 2006, 134 p

THOMÉ DA CRUZ, F. **Produtores, consumidores e valorização de produtos tradicionais:** um estudo sobre qualidade de alimentos a partir do caso do queijo serrano dos Campos de Cima Da Serra – RS. Tese de Doutorado (PGDR/UFRGS). Porto Alegre, 2012.

THOMPSON, E. P. *Costumes em comum*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

VEBLEN, T. **A teoria da classe ociosa**. Volume I, Nova Cultural, 1988. Coleção "Os Economistas".

WANDERLEY, M.N.B. **O campesinato brasileiro:** uma história de resistência. **RESR**, Piracicaba-SP, Vol. 52, Supl. 1, p. S025-S044, 2014

WEBER, M. **Economia e Sociedade:** fundamentos da sociologia compreensiva. Editora Universidade de Brasília: Brasília, 2000.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

ZANETI, T.B. **Cozinha de raiz**: as relações entre chefs produtores e consumidores a partir do uso de produtos agroalimentares singulares na gastronomia contemporânea. Tese de Doutorado (PGDR/UFRGS). Porto Alegre, 2017.

APÊNDICES

Apêndice 1: Censo dos agricultores

Censo dos Agricultores/ Feiras da Feira do Produtor Rural em Cordeiro
Nome:
Gênero:
Localização da Propriedade:
Produção Própria () Revenda ()
Veículo Próprio () Alugado ()

Apêndice 2: Roteiro de questionário e entrevistas

QUESTIONÁRIO APLICADO JUNTO AOS FEIRANTES DA FEIRA DO PRODUTOR RURAL EM CORDEIRO

Nome: _____ Idade: _____

1. De onde vem?

- (i) Cordeiro
- (ii) Bom Jardim
- (iii) Nova Friburgo
- (iv) Trajano de Moraes
- (v) Teresópolis
- (vi) Duas Barras
- (vii) Outro

2. Qual o nível de escolaridade

- (i) Analfabeto
- (ii) Fundamental Incompleto
- (iii) Fundamental Completo
- (iv) Ensino Médio Incompleto
- (v) Ensino Médio Completo
- (vi) Técnico
- (vii) Superior Incompleto

(viii) Superior Completo

3. Qual é, aproximadamente, a renda mensal familiar (incluindo todas as atividades)

- (i) 1 a 2 salários mínimos
- (ii) 3 a 4 salários mínimos
- (iii) 5 a 6 salários mínimos
- (iv) 7 a 8 salários mínimos
- (v) Mais de 8 salários mínimos

4. Com que frequência vem a feira?

- (i) Uma vez por mês
- (ii) Duas vezes por mês
- (iii) Três vezes por mês
- (iv) Quatro vezes por mês
- (v) Mais de quatro vezes por mês

5. Participa de outras feiras? Quais?

- (i) Cantagalo
- (ii) Bom Jardim
- (iii) Nova Friburgo
- (iv) Teresópolis

6. Quais os produtos comercializa nas feiras?

- (i) Verdura
- (ii) Legumes
- (iii) Hortaliças
- (iv) Frutas
- (v) Pães, bolos e geleias
- (vi) Leite e derivados
- (vii) Outros

7. Os produtos são de produção própria?

- (i) Sim
- (ii) Não
- (iii) Produção própria/ revenda

8. Algum produto que o senhor (a) comercializa é produzido por outras pessoas? Se sim, quem são eles?

- (i) Parentes

- (ii) Vizinhos
- (iii) Amigos
- (iv) Outros

9. Costuma sobrar parte dos produtos que são vendidos nas feiras? Se sim, o que faz com eles?

- (i) Troca com outros feirantes
- (ii) Vende mais barato
- (iii) Doa
- (iv) Outros

10. Qual o valor, aproximado, arrecadado por feira (líquido)?

- (i) Até 50 reais
- (ii) Entre 50 e 100 reais
- (iii) Entre 101 e 200
- (iv) Entre 201 e 300
- (v) Mais de 300 reais

11. O valor arrecado é o suficiente para sua sobrevivência?

- (i) Sim
- (ii) Não

12. O preço da sua produção varia muito durante a feira?

- (i) Sim
- (ii) Não

13. Costuma negociar preço com os consumidores?

- (i) Sim
- (ii) Não

14. Qual o tipo de relação o (a) senhor (a) tem com seus consumidores?

- (i) Respeito
- (ii) Negócio
- (iii) Confiança
- (iv) Amizade
- (v) Nenhuma

15. Qual a maior vantagem da feira?

- (i) Autonomia para vender seus produtos
- (ii) A possibilidade de negociar preços

- (iii) A relação com os consumidores
- (iv) O espaço para o comércio
- (v) Outros

16. Quais as principais motivações para participar da Feira?

- (i) Comercializar o excedente da produção
- (ii) Relação com os consumidores
- (iii) Não depender de intermediários
- (iv) Agregar valor à produção
- (v) Outros

17. A feira, hoje, é seu principal canal de comercialização?

- (i) Sim
- (ii) Não

18. Acredita que participar da feira diversificou a sua produção?

- (i) Sim
- (ii) Não

**ROTEIRO ENTREVISTA APLICADA JUNTO AOS FEIRANTES DA FEIRA
DO PRODUTOR RURAL EM CORDEIRO**

1. Por que você acha que os consumidores vêm a feira?
2. O que você acha da qualidade dos produtos que você oferta?
3. Você vende sempre para os mesmos consumidores?
4. Você costuma conversar com seus clientes sobre o “modo de fazer” utilizado na sua produção?
5. Qual a sua principal motivação em participar da feira?

**QUESTIONÁRIO APLICADO JUNTO AOS CONSUMIDORES DA FEIRA
DO PRODUTOR RURAL EM CORDEIRO**

Nome: _____

Idade: _____

Profissão: _____

1. Qual o nível de escolaridade?

- (i) Analfabeto
- (ii) Fundamental Incompleto
- (iii) Fundamental Completo
- (iv) Ensino Médio Incompleto
- (v) Ensino Médio Completo
- (vi) Técnico
- (vii) Superior Incompleto
- (viii) Superior Completo

2. Mora no Município de Cordeiro?

- (i) Sim
- (ii) Não

3. Qual é, aproximadamente, a receita total mensal da sua família, incluindo todas as atividades?

- (i) 1 a 2 salários mínimos
- (ii) 3 a 4 salários mínimos
- (iii) 5 a 6 salários mínimos
- (iv) 7 a 8 salários mínimos
- (v) Mais de 8 salários mínimos

4. Com que frequência vem a feira?

- (i) Uma vez por mês
- (ii) Duas vezes por mês
- (iii) Três vezes por mês
- (iv) Quatro vezes por mês
- (v) Mais de quatro vezes por mês

5. Qual é, geralmente, a cesta comprada?

- (i) Verdura, frutas, legumes e hortaliças
- (ii) Queijos e derivados
- (iii) Pães, bolos e refeições completas
- (iv) Carnes e peixes
- (v) Mel e doces

6. Qual o valor aproximado gasto nas feiras?

- (i) Até 10 reais
- (ii) De 10 a 20 reais
- (iii) De 30 a 40 reais
- (iv) Mais de 40 reais

7. Costuma negociar preço com os feirantes?

- (i) Sim
- (ii) Não

8. Costuma comprar para pagar na próxima semana?

- (i) Sim
- (ii) Não

9. Como você descreveria a sua relação com os feirantes?

- (i) Respeito
- (ii) Amizade
- (iii) Confiança
- (iv) Negócios
- (v) Não há relação
- (vi) Outra

10. O que te motiva a consumir nas feiras?

- (i) A relação com os feirantes
- (ii) A qualidade dos alimentos
- (iii) O preço dos produtos
- (iv) O modo como eles são produzidos

11. Você compra mais em feiras ou mais em supermercados? No caso, os produtos que vendem igualmente em ambos

- (i) Feiras
- (ii) Mercados

12. Para o (a) senhor (a) os preços são melhores do que no mercado?

- (i) Feiras
- (ii) Mercados

13. Sua alimentação mudou depois de começar a vir a feira?

- (i) Sim
- (ii) Não

14. Passou a comer algum alimento diferente que não fazia parte da sua dieta?

- (i) Sim
- (ii) Não

**ROTEIRO ENTREVISTA APLICADA JUNTO AOS CONSUMIDORES DA
FEIRA DO PRODUTOR RURAL EM CORDEIRO**

1. Qual a sua maior motivação em consumir nas feiras?
2. Por que você acha que os feirantes comercializam parte da produção nesses espaços?
3. Você confia nos feirantes?
4. Por que você escolhe fazer parte das suas compras em espaços como os da feira?
5. Quais são as principais diferenças entre comprar seus produtos na feira e nos supermercados?

Apêndice 3: Imagens da feira do produtor rural em Cordeiro

Imagem 1: Local em que a Feira do Produtor Rural é realizada: parque de exposição Raul Veiga



Foto: Luísa Barcellos Zaniboni (abril de 2019)

Imagem 2: Montagem da feira



Foto: Luísa Barcellos Zaniboni (abril de 2019)

Imagem 3: Montagem da Feira



Foto: Luísa Barcellos Zaniboni (abril de 2019)

Imagem 4: Montagem da Feira



Foto: Luísa Barcellos Zaniboni (abril de 2019)