



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

MARIA LUIZA VIANA DE AQUINO

**O CONSUMO DE ORGÂNICOS E A PRODUÇÃO DE SENTIDOS EM UMA FEIRA
DE FORTALEZA-CE**

FORTALEZA

2021

MARIA LUIZA VIANA DE AQUINO

O CONSUMO DE ORGÂNICOS E A PRODUÇÃO DE SENTIDOS EM UMA FEIRA DE
FORTALEZA-CE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de mestra em Comunicação. Área de concentração: Mídia e práticas socioculturais.

Orientador: Profa. Dra. Silvia Helena Belmino.

FORTALEZA

2021

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

A669c Aquino, Maria Luiza Viana de.
O consumo de orgânicos e a produção de sentidos em uma feira de Fortaleza-CE. / Maria Luiza Viana de Aquino. – 2021.
128 f. : il.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de cultura e Arte, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Fortaleza, 2021.
Orientação: Profa. Dra. Silvia Helena Belmino.

1. Orgânicos. 2. Feira. 3. Consumo. 4. Circulação. 5. Sentidos. I. Título.

CDD 302.23

MARIA LUIZA VIANA DE AQUINO

O CONSUMO DE ORGÂNICOS E A PRODUÇÃO DE SENTIDOS EM UMA FEIRA DE
FORTALEZA-CE

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial à obtenção do título de Mestra em Comunicação. Área de concentração: Mídia e práticas socioculturais.

Aprovada em: 31/08/2021.

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Silvia Helena Belmino (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Elane Abreu de Oliveira
Universidade Regional do Cariri (URCA)

Prof. Dr. Robson da Silva Braga
Universidade Federal do Ceará (UFC)

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é fruto do amor aos estudos, o que cultivo há longa data graças aos diferentes professores que passaram pela minha vida e alimentaram o espírito curioso, criativo e proativo que habita meu ser.

Então, meu primeiro agradecimento vai a todos que, de alguma maneira, me apresentaram novos pontos de vistas e despertaram a minha consciência sobre o que eu ainda não conhecia.

Tenho em meus pais, Celma e Valdemiro, a perfeita representação desses mestres. Com suas histórias de vida e lições proferidas em palavras certas e cheias de carinho, me apresentaram os ensinamentos mais importantes, plenos de sabedoria e de amor. A vocês, minha eterna gratidão.

Cito também os meus professores escolares. A cada troca, dentro e fora da sala de aula, me permitiram consistentes aprendizados. A vocês, o meu muito obrigada.

Dirijo-me, neste momento, à minha orientadora de mestrado, e professora de graduação, Silvia Helena Belmino. Agradeço-te por ter dedicado tempo, conhecimento e amorosidade para me mostrar o caminho e acalmar minha ansiedade. A você, serei sempre grata.

Sou grata à Consciência Divina por ter posto em meu caminho inúmeros instrutores, travestidos de amigos, conhecidos e até de desconhecidos. Vocês me permitiram beber do novo, do criativo, ao estar, simplesmente, em suas presenças. Eu agradeço por tê-los como companheiros de jornada.

Por fim, agradeço a uma pequena mestra que vem transformando minha vida desde que ouvi as suas primeiras batidas do coração. Helena, muito obrigada por ter me escolhido como sua mãe. Você é a mais desafiadora e prazerosa escola que pude frequentar.

Hoje, tudo mudou. O agricultor europeu atual toma seu desjejum à inglesa, assim como seu colega americano ou o homem de negócios de Cingapura. Um desjejum à base de suco de laranja reconstituído a partir de um concentrado importado da Califórnia, leite desnatado de longa vida, pão de forma universal, manteiga dinamarquesa, ovos calibrados postos por “super-galinhas” selecionadas e alimentadas aos milhares por ração composta de mandioca da Tailândia, glúten de milho e de bolo de soja do Iowa, de alfafa desidratada da região francesa da Champagne e complementos minerais e vitamínicos conforme uma dieta calculada diariamente por um computador “online” sobre o preço das matérias-primas, café “italiano” composto pela mistura da variedade “robusta” da Costa do Marfim e da variedade “arábica” brasileira. Enfim, ele dispõe do mundo inteiro em seu prato! Ou seja, minerais, sol, água e trabalho vindos dos quatro cantos do mundo, combinados e recombinados várias vezes, e tudo em proporções praticamente incalculáveis. (MAZOYER & ROUDART, 2010, p. 424)

RESUMO

A presente pesquisa propõe-se a compreender como se dão o consumo de orgânicos e a produção de sentidos na feira da ADAO – Associação para o Desenvolvimento Agropecuário Orgânico, que acontece às terças-feiras, de 5h às 13h, no Mercado dos Pinhões, em Fortaleza/CE. O grupo organizador, inicialmente uma CSA (DAROLT, 2013), Comunidade que Suporta a Agricultura, nascida em 1997, desde 2011 funciona como uma associação de produtores que utiliza a feira-livre como canal de comercialização de sua produção. Como estratégia metodológica, optou-se pelo método etnográfico com a observação participante do campo, além de empregar duas técnicas complementares, a aplicação de questionários com perguntas abertas e fechadas e entrevistas em profundidade (ANGROSINO, 2009; BIZERRIL, 2004; GUBER, 2001). Embasados no entendimento da comunicação como um dispositivo interacional e do conceito de circulação (BRAGA, 2010, 2012, 2017), do consumo como plataforma de produção e transmissão de sentidos e significados do meio social aos indivíduos (BARBOSA, 2006; MCCRACKEN, 2015) e do estabelecimento do consumidor como ator social (CANCLINI, 1999; ECHEGARAY, 2012; FONTELLE, 2017; PORTILHO, 2003, 2005, 2008, 2009) investigou-se as práticas de consumo da feira da ADAO e de que maneira elas produzem sentidos. Percebeu-se que a feira é um importante espaço de afetos (MAFFESOLLI, 1998) e que, por meio das sociabilidades (SIMMEL, 1983) e dos rituais (PEIRANO, 2003), os sujeitos se apropriam e reelaboram os conteúdos simbólicos que circulam naquele ambiente. Através das entrevistas e das respostas ao questionário, foi possível perceber que os consumidores compartilham o entendimento do orgânico como um alimento limpo, utilizam o espaço e esse produto como meio de construir um estilo de vida próprio e se aliam a lutas relacionadas a ativismos diversos. Os produtores, por sua vez, se enquadram no perfil do neoruralismo (BRANDEMBURG, 2010; GIULIANI, 2019) por estarem no campo por opção, e também intentem construir um estilo de vida específico. Por fim, percebemos o potencial multidimensional (AGAMBEN, 2005) do orgânico, ao mesmo tempo em que percebemos haver aspectos desse produto não exploradas na feira e que poderiam capacitar os consumidores caso fossem mais abordados pelos organizadores e difundidos entre os que frequentam o local, reforçando os laços entre esses sujeitos.

Palavras-chave: orgânicos; feira; consumo; circulação; sentidos.

ABSTRACT

The present research proposes to understand how the consumption of organic products and the production of meanings take place at the AOAD – Association for Organic Agricultural Development, which takes place on Tuesdays, from 5 am to 1 pm, at Pine nuts market, in Fortaleza/CE. The organizing group, initially a CSA (DAROLT, 2013), Community that Supports Agriculture, born in 1997, since 2011 works as a producer association that uses the open-air market as a marketing channel for its production. As a methodological strategy, we opted for the ethnographic method with participant observation of the field, in addition to employing two complementary techniques, the application of questionnaires with open and closed questions and in-depth interviews (ANGROSINO, 2009; BIZERRIL, 2004; GUBER, 2001). Based on the understanding of communication as an interactional device and the concept of circulation (BRAGA, 2010, 2012, 2017), consumption as a platform for the production and transmission of meanings and meanings from the social environment to individuals (BARBOSA, 2006; MCCRACKEN, 2015) and the establishment of the consumer as a social actor (CANCLINI, 1999; ECHEGARAY, 2012; FONTELLE, 2017; PORTILHO, 2003, 2005, 2008, 2009) the consumption practices of the AOAD market and how they produce meanings were investigated. It was noticed that the fair is an important space of affection (MAFFESOLLI, 1998) and that, through sociabilities (SIMMEL, 1983) and rituals (PEIRANO, 2003), subjects appropriate and re-elaborate the symbolic contents that circulate in that market. environment. Through the interviews and responses to the questionnaire, it was possible to perceive that consumers share the understanding of organic as a clean food, use the space and this product as a means of building their own lifestyle and join struggles related to various activisms. Producers, in turn, fit the profile of neo-ruralism (BRANDEMBURG, 2010; GIULIANI, 2019) because they are in the countryside by choice, and also try to build a specific lifestyle. Finally,]we realize the multidimensional potential (AGAMBEN, 2005) of organic, at the same time we realize that there are aspects of this product not explored at the fair and that could empower consumers if they were more approached by the organizers and disseminated among those who attend the place, reinforcing the bonds between these subjects.

Keywords: organic; market; consumption; circulation; senses.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– Os equipamentos mecânicos a tração animal, a vapor e manuais.....	27
Figura 2	– Os equipamentos mecânicos a tração animal, a vapor e manuais.....	28
Figura 3	– Características de propriedades que trabalham com circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos.....	53
Figura 4	– Tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos no Brasil.....	53
Imagem 1	– Entrada do Mercado dos Pinhões, à Avenida Nogueira Acioli.....	74
Imagem 2	– Localização geográfica do Mercado dos Pinhões.....	74
Gráfico 1	– Resultados do questionário sobre Faixa Etária.....	127
Gráfico 2	– Resultados do questionário sobre Escolaridade.....	127
Gráfico 3	– Resultados do questionário sobre Renda Familiar.....	128
Gráfico 4	– Resultados do questionário sobre local da residência.....	128
Gráfico 5	– Resultados do questionário sobre Estado Civil.....	129
Gráfico 6	– Resultados do questionário sobre Residência.....	129
Foto 1	– A entrada da feira no Mercado dos Pinhões.....	130
Foto 2	– Visão interna da feira no Mercado dos Pinhões.....	131
Foto 3	– Dois frequentadores planejando um curso.....	132
Foto 4	– Visão dos boxes de produtos de processados.....	133
Foto 5	– Frente do Mercado Cultural dos Pinhões, sede provisória da feira.....	134
Foto 6	– Espaço interno do Mercado Cultural dos Pinhões, sede provisória da feira.....	135
Foto 7	– Corredor lateral do Mercado Cultural dos Pinhões, sede provisória da feira.....	136

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	– Distribuição dos documentos analisados por programa de pós-graduação.....	20
Tabela 2	– População brasileira por situação em domicílio em 2003.....	20
Tabela 3	– Políticas e programas com referência direta à agroecologia.....	43
Tabela 4	– Os 10 princípios fundamentais do Teikei no Japão.....	56

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADAO	Associação para o Desenvolvimento Agropecuário Orgânico
CEU	Centro Espírita Uirapuru
CSA	Comunidade que Suporta a Agricultura (<i>Community Supporting Agriculture</i>)
CPT	Comissão Pastoral da Terra
EMATER	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMATERCE	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Ceará
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EMBRATER	Empresa Brasileira de Terceirização
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IPEA	Instituto de Pesquisa Econômica Aplicável
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MST	Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra
PNAPO	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
PT	Partido dos Trabalhadores
PANCs	Plantas Alimentícias Não Convencionais
SECUTEFOR	Secretaria da Cultura de Fortaleza
SEDAM	Secretaria de Estado do Desenvolvimento Ambiental
UFC	Universidade Federal do Ceará

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
2	AS REVOLUÇÕES DA AGRICULTURA E A EMERGÊNCIA DOS ORGÂNICOS	23
2.1	As primeiras revoluções agrícolas.....	23
2.2	O caso brasileiro.....	33
2.3	A crítica ambiental sobre a modernização da agricultura e a emergência dos orgânicos.....	36
2.4	A trajetória dos orgânicos no Brasil.....	38
2.5	Legislações e Políticas Públicas, finalmente, se tornam realidade.....	41
3	AS REVOLUÇÕES DOS CONSUMIDORES E A CONSOLIDAÇÃO DOS ORGÂNICOS	46
3.1	As transformações nos sentidos do consumo.....	46
3.2	Transformações no papel do consumidor na sociedade.....	49
3.3	A importância da relação produtor x consumidor para os orgânicos.	52
3.4	As comunidades de consumidores e produtores.....	55
3.4.1	<i>Pistas sobre a trajetória desse movimento</i>	56
3.5	ADAO, a pioneira no Brasil.....	59
4	A PRODUÇÃO DE SENTIDOS EM UMA FEIRA DE ORGÂNICOS	64
4.1	Pontos teóricos para pensar a feira.....	65
4.2	Antes de mais nada, os contextos.....	68
4.3	Como entramos em campo.....	71
4.4	A herança comercial do Mercado dos Pinhões.....	74
4.5	Subindo as escadas, entrando na feira.....	76
4.6	Sociabilidades, rituais e fluxos construindo sentidos.....	80
4.7	Um local de afetos.....	86
4.8	Os sujeitos da feira.....	89
4.8.1	<i>Uma elite alimentar</i>	90
4.8.2	<i>Cenário para a atuação do eu autônomo</i>	92
4.8.3	<i>Agrotóxico: o grande vilão do pedaço</i>	95
4.8.4	<i>Ativismos adjacentes</i>	97
4.8.5	<i>Uma feira de neorurais</i>	100

CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	104
REFERÊNCIAS.....	107
ANEXO A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA QUALITATIVA.....	112
ANEXO B – ROTEIRO PARA A ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE.....	118
ANEXO C – TABELAS DE RESULTADOS.....	121
ANEXO D – FOTOS DIVERSAS DA FEIRA DA ADAO.....	124

1 INTRODUÇÃO

Serendipity, uma palavra da língua inglesa, se refere a descobertas inesperadas e, igualmente, afortunadas. Em português, se fala serendipismo, ou serendipidade, ou ainda serendípiã, como traduções que tentam, de maneira insuficiente, transmitir algo profundo, o acaso que nos surpreende além de nossas expectativas, descortinando caminhos inimagináveis, como se os deuses estivessem dispostos a premiar os nossos esforços com muito mais do que estávamos procurando.

Há diversos exemplos de serendipidades no mundo da pesquisa científica, um campo em que se deve definir e executar com rigor metodologias, mas que, curiosamente, costuma se beneficiar do acaso nesse processo.

Arquimedes, durante o banho, teve percepções que lhe permitiram descobrir a lei do peso do específico dos corpos, momento em que proferiu a famigerada exclamação “Eureka”, palavra grega que significa “achei”.

Alexander Flemming também contou com o acaso ao perceber a capacidade dos fungos *Penicillium notatum* de eliminar bactérias do tipo estafilococos, objeto da pesquisa à qual se dedicava incessantemente, mas sem alcançar resultados satisfatórios até então.

Longe de ser um simples acaso, a serendipidade se refere a uma sequência de acontecimentos felizes, que se encadeia como etapas de um processo não planejado, ao mesmo tempo em que abre espaço para o encontro fortuito com respostas inovadoras e inesperadas.

Aquele que se beneficia da serendipidade constitui pontes em meio ao nevoeiro do desconhecido. Mesmo não vendo o outro lado, persiste e, por isso, será premiado com o que se depara.

Embora bem menos notável que os exemplos listados, tive a oportunidade de ver o serendipismo acontecer durante a produção da presente pesquisa, ao me reencontrar com minha herança familiar rural.

Atuo como profissional de Marketing e Comunicação no mercado de Fortaleza desde 2002, embora tenha concluído a graduação em Publicidade, na Universidade Federal do Ceará, 4 anos depois, em 2006.

O dinamismo desse mercado me possibilitou experiências gratificantes em empresas de diversos segmentos, o da educação, entretenimento, transporte, entre outros, tendo como cenário o ambiente urbano, ou seja, as dinâmicas da vida nas grandes cidades.

Em 2011, após concluir uma pós-graduação em Marketing, pude experimentar a docência. Aprofundando-me nas teorias que versam sobre o Comportamento do Consumidor, conheci os estudos da Antropologia do Consumo, em especial as investigações sobre práticas de consumo responsável, modalidade que vislumbra a atenção dos consumidores sobre as consequências futuras de suas escolhas, sejam elas ambientais, éticas, políticas.

A perspectiva de um consumo que se coaduna com práticas cidadãs me interessou, a ponto de despertar em mim o desejo de ingressar em estudos acadêmicos em nível de mestrado e doutorado.

Assim, observando os objetos recorrentes em pesquisas dessa categoria, elaborei um projeto com o objetivo de investigar o consumidor de produtos orgânicos, categoria que vislumbra escolhas atravessadas por motivações altruístas.

Até então adepta de um estilo de vida que poderia ser chamado de urbano, passei a frequentar feiras livres, a fim de observar as práticas de consumo desse espaço, as interações e comportamentos que se constituíam em decorrência de especificidades materiais e imateriais, as subjetividades e sentidos que aquela vivência permitia gerar.

Desde a elaboração da problematização e do pré-projeto, fui impactada pelo que estudava, e me senti impelida a adentrar um mundo que me parecia estranho, num primeiro momento, mas, aos poucos, foi se mostrando familiar, especialmente por ter como interlocutores os meus pais, agrônomos de formação, a quem recorria para compreender o que fosse estranho a mim sobre o rural.

Meus avós paternos, nascidos no início do século XX (1904 o meu avô e 1910 a minha avó) e seus 12 filhos viveram em um sítio de cerca de 200 hectares na zona rural de Caririaçu, município da região Sul do estado do Ceará.

Cada uma das crianças, assim que se punha de pé, com o andar certo e firmeza nos braços, participava de alguma forma da produção agrícola, principal fonte de recursos e de alimentos para o sustento de toda a família.

Lá no São Lourenço, nome da propriedade, produzia-se para o consumo interno, mas com vistas a gerar um excedente que pudesse ser vendido na feira da cidade, a fim de garantir recursos financeiros para o que fosse preciso.

Grãos, leguminosas, caprinos e suínos, em suma, compunham as culturas mais relevantes. As necessidades alimentares daquele grupo eram supridas, também, pela caça de animais do bioma, feita exclusivamente pelos filhos homens, como aves e pequenos mamíferos, cujas carnes acabavam por compor o *mix* de produtos que ofereciam em seu pequeno box. Às filhas ficava a responsabilidade pela manutenção da casa e pelo preparo e cocção dos alimentos.

Na produção agrícola, empregavam técnicas antigas, passadas de pai para filho. O formigueiro era controlado com a aplicação da fumaça de fogueiras feitas com determinadas madeiras. As gramíneas faziam parte da roça e não eram entendidas como danosas, por isso não havia a necessidade de retirá-las. Quanto às enfermidades dos animais, a maior parte era tratada com infusões de ervas, seja no caso de dores fortes, verminoses ou qualquer outra ocorrência.

Essas pessoas norteavam-se por conhecimentos antigos que tinham como princípio o convívio positivo com o meio ambiente, utilizando insumos existentes e renováveis, o que acontecia, em muitos casos, devido à falta de condições financeiros para acessar outros meios, mas, também, pela consciência de que se adaptar às capacidades e limitações era a solução mais coerente.

Como a fruta que não cai longe do pé, meu pai, Valdemiro Gonçalo de Aquino, escolhe cursar agronomia na UFC, em 1978, onde conhece minha mãe, nesse momento Celma Viana da Silva, também aluna do curso.

Casaram-se em 1980, quando ele concluiu a graduação, me deram à luz em maio do ano seguinte, mesmo período em que minha mãe concluiu seus estudos. Assim, a família se formou.

Em dezembro de 1982, nos mudamos para Rondônia, eu com pouco mais de um ano e meu irmão do meio, Paulo Climério, um recém-nascido de novembro. O estado havia acabado de ser emancipado e tinha grande necessidade de profissionais qualificados.

Logo que chega à Rondônia, meu pai passa a compor o quadro de funcionários da Secretaria de Agricultura do estado e é alocado no município de Costa Marques, uma pequena cidade às margens do rio Guaporé, processo que acontece com minha mãe dois anos depois, em 1984.

As diretrizes para a assistência às comunidades eram determinadas pelo governo estadual, e meus pais, enquanto servidores públicos, ocupavam-se em empregar da melhor forma os planos táticos previamente definidos.

Fazia parte do conjunto de ações assistenciais ao agricultor o fornecimento de sementes modificadas, mais resistentes a pragas e com maior produtividade, além de orientações sobre aplicações de defensivos e fertilizantes químicos quando necessário.

Embora se orgulhem de jamais terem receitado qualquer dessas substâncias, esta não era a prática nos serviços de orientação aos agricultores naquela época. O que impedia, na verdade, o uso de tais produtos era a limitação de recursos financeiros para a compra, assim como acontecia com meus avós, e a saída mais viável, nesses casos, era a adoção de substâncias naturais para defender a produção do ataque de pragas ou melhorar o solo, a fim de permitir uma boa safra.

Políticas de financiamento em bancos públicos viabilizavam o acesso a crédito condicionado, geralmente, à adoção de pacotes técnicos que incluíam o uso de defensivos e fertilizantes, além de estarem direcionadas à culturas específicas, retirando a autonomia do agricultor quanto ao que seria apropriado produzido.

Uma das atividades de meus pais era o desenvolvimento de ações que fortalecessem coletivamente as cooperativas agrícolas, a chamada extensão rural. Em alguns desses momentos, eu os acompanhava, o que me permitia experienciar aquele ambiente de maneira lúdica, observando um mundo imenso e cheio de curiosidades.

As lembranças de uma infância de brincadeiras não contemplam a posição de privilégio em que me encontrava, enquanto filha de servidores públicos, graduados, pertencentes a uma classe privilegiada de trabalhadores qualificados, bem diferente do grupo ao qual prestava assistência.

Por isso, não fui capaz de perceber a situação vulnerável em que se encontravam aqueles indivíduos, submetidos a um modelo de agricultura desenvolvido para grandes produtores, e inviável para os pequenos.

Assim, passava despercebido aos meus olhos pueris os conflitos nos quais aquelas famílias estavam imersas. Voltado para abastecer a produção industrial e a exportação, as políticas públicas agrícolas daquele período excluíam esses agricultores de um projeto

hegemônico, submetido a interesses oligopolistas, ao passo que os julgavam como atraso, o que deveria ser expurgado para dar passagem ao progresso.

Tampouco se falava em produtos orgânicos naquela sociedade que se admirava dos bens industrializados abarrotando as prateleiras de supermercados, espaço de comercialização que começava a prosperar naquela época, entre os anos 80 e 90, especialmente com a chegada de *players* estrangeiros.

Nem mesmo os debates públicos sobre a conservação do meio ambiente repercutia como nos dias de hoje, embasbacada que a sociedade estava com o desenvolvimento tecnológico acessível depois de um longo período de recessão decorrente de um governo ditatorial.

Atualmente, nenhum de meus genitores desenvolve trabalhos de apoio a comunidades agrícolas. Ambos migraram para órgãos públicos que têm como escopo a defesa e a gestão de recursos naturais e residem, atualmente, em Porto Velho, capital do Estado.

Meu pai é servidor público aposentado pelo IBAMA, onde atuou como analista ambiental por mais de vinte anos; e minha mãe é servidora pública ativa na Secretaria de Meio Ambiente de Rondônia, SEDAM, como fiscal do meio ambiente, acompanhando o desempenho de entidades e empresas cujas atividades podem interferir no ecossistema onde estão inseridas.

Militando junto a movimentos ligados à questão ambiental, observam o mesmo ecossistema de maneira diferente, e, por isso, estão ainda mais conscientes da responsabilidade das técnicas agrícolas em viabilizar uma convivência harmônica dos indivíduos com a natureza ao seu redor, assim como seus antepassados procediam.

Eu também não sou mais aquela menina, deslumbrada com a grandiosa natureza que se erguia diante de meus olhos. Reconheço que ocupo um lugar de privilégio, o topo de uma montanha formada por titulações, recursos financeiros, tecnológicos e todo o capital simbólico e social disponível para uma quantidade mínima da população.

Contudo, opto por voltar ao meio onde cresci com o mesmo espírito de aprendiz de outrora, não para me afirmar porta-voz de suas necessidades, mas para compartilhar percepções e heurísticas construídas a partir de uma familiaridade que me pertence. O serendipismo se descortina nesse espaço, como reencontro e ressignificação de saberes e sentidos.

Assim, o presente trabalho se trata do esforço de uma pesquisadora da comunicação e do consumo em visibilizar grupos que estão a construir modos diferentes de ocupar o campo

e trazê-lo para a cidade, disponibilizando aos interessados produtos transformados por práticas que resgatam a origem rural, ao mesmo tempo em que convive de maneira positiva com o esse meio.

Compreender a trajetória da produção e do consumo de orgânicos, e dos sujeitos que são parte desse processo, permite evidenciar esses movimentos, a sua relevância para a construção de novas subjetividades coletivas, além de dar ensejo para debates sobre políticas públicas que possam catalisar os frutos de seus trabalhos.

Longe de ter acontecido de maneira linear, através de consensos coletivos sobre alimentação saudável e preservação do meio ambiente, se desenrola em meio a tensões e disputas entre grupos hegemônicos, cujos interesses se alinhavam aos da máquina pública, e minorias aguerridas, determinadas a definir o seu espaço por ser essa a única opção para sua sobrevivência.

Nesse contexto, é essencial lançar um olhar atento para um sujeito cuja atuação foi determinante: o consumidor. A partir de suas preocupações com a qualidade do que comia, disposto a pagar para diminuir possíveis riscos, aproximou-se dos pequenos produtores, renovando a importância de suas atividades a ponto de fortalecer suas práticas em um mercado dominado pelos complexos agroindustriais de produção.

O presente estudo nasce do interesse em compreender os aspectos que perpassam as decisões de consumo desse sujeito, especialmente quanto a escolhas que implicam no fortalecimento de grupos minoritários, como os produtores de orgânicos.

Para tanto, foi elegido como objeto de investigação a feira de orgânicos promovida pela Associação para o Desenvolvimento da Agropecuária Orgânica, a ADAO, na cidade de Fortaleza-CE.

O grupo nasceu em 1997 sob o formato de CSA, Comunidade que Suporta a Agricultura, primeira experiência nesse formato no Brasil. Seu modo de funcionamento é peculiar, pois consiste em uma sociedade de consumidores e produtores a fim de garantir produtos para aqueles por meio da viabilização da produção destes.

Já o formato de feira se constituiu após a falência da associação por conta de uma grande evasão de associados e da falta de recursos para dar continuidade ao modelo de negócio. Dessa maneira, foi possível manter o funcionamento da ADAO, embora sem a participação efetiva dos consumidores.

Embora a sua trajetória tenha essa marca negativa, o grupo é longo e ainda goza de respeito e relevância entre os consumidores de produtos orgânicos. Por isso, nos questionamos sobre o lastro simbólico das relações que ali são constituídas.

Vislumbramos, assim, a feira da ADAO como um ambiente em que o imaginário sobre o orgânico e o rural se constroem por meio de práticas de consumo, resultando no fortalecimento das relações sociais mediadas por esse espaço e, concomitantemente, do próprio setor produtivo.

Estabelece-se, portanto, como objetivo principal da presente pesquisa compreender os sentidos construídos através das práticas de consumo na Feira da ADAO. Como objetivos específicos, pretende-se analisar as interações características desse espaço e de que maneira elas contribuem para essas construções simbólicas, analisar como a feira se constitui mediadora da relação entre consumidor e produtor, verificar as vozes que atravessam a construção desses sentidos e analisar a importância desse espaço para o fortalecimento do setor de orgânicos.

Começamos a estratégia de pesquisa com revisões bibliográficas que permitiram compreender o que já havia sido produzido sobre feiras, em especial as pesquisas etnográficas, sobre o consumo de orgânicos e, também, os produtores de base agroecológica. Essa investigação apresentou oportunidades de problematização com o potencial de contribuir com a construção de novos saberes.

Na composição da metodologia, o método etnográfico, pelo seu potencial de nos ensinar como ver e como estar com aqueles que pretendemos ver (WINKIN, 1998) ao mesmo tempo em que nos possibilita o aprofundamento e a descrição de culturas (BIZERRIL, 2004), se mostrou pertinente, especialmente quando empregamos a observação participante do campo (ANGROSINO, 2009; GUBER, 2001), o contato face a face com as pessoas, além da produção dialógica do conhecimento, que vai ser formando ao mesmo tempo em que seu conteúdo é discutido com os interlocutores.

Dessa forma, um retrato mais completo das dinâmicas e sentidos que circulam no local pôde se revelar, ao passo em que técnicas diferentes foram acionadas por terem o potencial de fazer emergir conteúdos complementares ao que fora observado na imersão ao campo. (ANGROSINO, 2009)

Como técnicas acionadas para responder da melhor forma ao que problematizamos, optamos pela aplicação de um questionário com perguntas abertas e fechadas no ambiente da

feira. Dessa forma, construímos o perfil do consumidor médio do local e assim conseguimos identificar o universo que circula e produz os conteúdos.

Complementei os dados colhidos com entrevistas em profundidade semiestruturadas. Embora perguntas-chave tenham sido definidas, a conversação correu livremente, a fim de que os interlocutores pudessem trazer aspectos não visíveis até então pesquisadora. Assim, foi possível que o conteúdo se construísse no momento da entrevista, como resultado da interação entre entrevistador e entrevistado. (BASTOS & SANTOS, 2013)

Esse trabalho está estruturado em 3 capítulos, partindo de aspectos basilares para compreender a trajetória que se deu até que o orgânico emergisse como um produto com alto valor agregado e, também, representativo de reivindicações de diversas coletividades.

Em seguida, aprofunda-se a compreensão sobre os caminhos tomados por grupos de consumidores até constituírem relações específicas com produtores, a fim de garantir acesso a produtos orgânicos, até chegar ao estudo da feira e dos seus consumidores, compreendendo os sentidos que são atribuídos a esse consumo.

No primeiro capítulo, a história das revoluções agrícolas é apresentada com vistas a compreender de que maneira se instituiu o modelo de ocupação do campo baseado na modernização tecnológica da agricultura e a sua interrelação com o setor industrial, processo que se dá em nível global e nacional, como projeto político agrário brasileiro.

Esse percurso culmina com a apresentação dos contextos e fatores que incorreram na emergência da modalidade orgânica de produção, e na aproximação desta à agricultura familiar, o que fortaleceu esses dois movimentos e se constituiu em um modelo alternativo de ocupação do campo, pautado no respeito aos conhecimentos tradicionais e à convivência sustentável com o meio ambiente.

Em seguida, no segundo capítulo, abordaremos as teorias sobre o consumo com vistas a compreender a sua importância nas dinâmicas sociais e de que maneira os consumidores se tornam, também, atores políticos ou se vislumbrar a possibilidade do exercício da cidadania através das práticas de consumo.

A convergência das ações políticas e outras típicas do ambiente de mercado são analisadas, em especial aquelas decorrentes de movimentos de consumidores que se unem a produtores a fim de garantirem o acesso a alimentos de base ecológica, ao mesmo tempo em

que viabilizam o negócio agrícola, o que é a natureza das Comunidades que Suportam a Agricultura.

Também é apresentada a trajetória desse modelo de associação entre produtor e consumidor, seus principais marcos históricos, para, por fim, conhecer a pioneira no Brasil nessa modalidade, a ADAO, Associação para o Desenvolvimento da Agropecuária Orgânica, objeto do presente estudo.

No terceiro capítulo, apresentaremos a feira e os sujeitos que a constituem. Os resultados da observação participante são apresentados, de modo a expor as especificidades do espaço, os sujeitos e as suas dinâmicas. As falas e resultados reforçam as percepções e ampliam o entendimento sobre sujeitos e dinâmicas, permitindo a construção de um quadro amplo, com elementos diversificados.

Sem pretender esgotar o assunto, nos propomos a construir conhecimentos que somem, revelem aspectos nem sempre evidenciados, visibilizem sujeitos e reforcem as potencialidades desse segmento. Se isso for possível, consideraremos como sucesso o trabalho empreendido.

2 AS REVOLUÇÕES DA AGRICULTURA E A EMERGÊNCIA DOS ORGÂNICOS

Miler (2002) relata a incredulidade de algumas pessoas diante de sua pesquisa sobre as compras de rotina, o amor e a devoção dentro de uma família, em suma, teorizações a respeito do aspecto sacrificial de da prática. A surpresa de seus interlocutores, relata o autor, era sobre a possibilidade de haver consistência em um estudo que interrelacionasse esses elementos.

Analisar o que os membros da família gostariam de consumir, compor uma lista com os itens, escrita ou na memória, ir a campo, coletar as opções mediante um orçamento pré-definido, e, muitas vezes, reduzido, trazer tudo de volta à casa e orquestrar os elementos para satisfazer, da melhor forma, os anseios e necessidades de cada um.

Em geral, esses rituais acontecem rotineiramente, sem grandes excitações, por isso o estranhamento a respeito de uma produção que se debruce sobre atividades tão corriqueiras. (MILER, 2002)

Reféns de nossa rotina, tendemos a cair nesse erro, de não se dispor a perceber que, por detrás do óbvio, pode haver muito a ser entendido. Ou seja, corremos o risco de olhar apenas para a superfície do que nos rodeiam e nos contentarmos com cores, formas, funções, aplicações, sabores, que de fato compõem aquele universo, mas não os encerram. Dentro dessas coisas comuns, em sua massa simbólica, pode haver registros genéticos e história, muita história.

Legumes, frutas, verduras, vegetais das mais diversas espécies, esses elementos que viabilizam nosso arroz-com-feijão diário, o café-com-pão-e-manteiga matutino, a alimentação mais trivial, podem nos trair por estarem, aparentemente, em todo lugar, facilmente acessíveis.

Porém, embaixo de suas cascas, correndo junto com a seiva que circula das raízes até as folhas e frutos, espalhados por toda a planta, do tubérculo mais rasteiro à árvore mais alta, existe uma herança conquistada a muito custo por nossos ancestrais mais longínquos, aprimorada com o passar do tempo, que modificou a maneira como nos relacionamos com o meio ambiente, flora e fauna, e permitiu que diversas sociedades se desenvolvessem, cada uma com sua particularidade.

2.1 As primeiras revoluções agrícolas

Algumas das grandes transformações da humanidade aconteceram justamente em um campo que, para nós, sujeitos pós-modernos, seria o da atividade mais básica, do contato com o natural, que diz respeito ao rústico.

Doze mil anos atrás deu-se uma delas, quando da transição do *homo sapiens* para o *homo sapiens sapiens*, tipo humano que aproveitou os instrumentos já fabricados pelo antecessor, utilizados na predação, ou seja, caça e coleta de alimentos, para produzir moradias com melhor acabamento, utensílios de cerâmica de argila cozida e, ao mesmo tempo, preparar o solo e semear algumas plantas, escolhidas entre aquelas que se mostravam mais fáceis de cultivar, além de manter animais em cativeiro para utilizá-los na alimentação ou na lida dessa nova forma de vida. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Foi dessa maneira que se deu a Revolução Agrícola Neolítica. Considerada a primeira revolução da agricultura, acontece no fim da era paleolítica, a da pedra lascada, e começo da neolítica, a da pedra polida, depois de centenas de milhares de anos de evoluções biológicas e culturais.

Centros de origem dessas modificações se constituíram nos cinco continentes, à medida que grupamentos passaram a adotar novos hábitos, e, posteriormente, irradiar essas práticas para outras regiões através da interação com diferentes povos, provocando, gradativamente, o abandono das atividades nômades por estas, além de, em cada centro, provocar o surgimento de novas práticas. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Nenhuma dessas espécies humanas possuía vocação para ser agricultor, ou seja, não havia qualquer condição anatômica inata que lhes tornassem prontos para atividades tão estafantes quanto o trabalho de cultivo de vegetais e de domesticação de animais, tampouco detinham instrumentos próprios para a função, tendo que produzir novos ou fazer grandes adaptações naqueles que já possuía para outros fins.

A flora e a fauna também não estavam à espera de quem as submetesse, tornando domésticas criaturas arredias, difíceis de encontrar, ou de compreender, se não pela empiria, o que conduzia, muitas vezes, a um fim fatal de quem se arriscava a esse processo. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

A transição dessa sociedade de predação para outra, de cultivo, requereu um complexo encadeamento de fatos não-lineares, tampouco encerrados em si, mas condicionados, até que estivesse aquela população capacitada, técnica e culturalmente, munida dos

instrumentos adequados para tal, cada grupamento sendo capaz de lidar com o seu ecossistema, isso porque as formas de fazer a agricultura se constituem de maneira local, adaptadas ao espaço e ao tempo, tão diversas quanto as próprias observações que se possam fazer sobre elas. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

“As sociedades humanas de cultivadores e criadores não são o produto relativamente estável da evolução das espécies. Elas são o produto versátil, acompanhando o tempo e o lugar, de uma incessante história”. (MAZOYER & ROUDART, 2010, pg. 70)

Ao mesmo tempo, não se pode considerar as revoluções agrícolas como encerramentos bruscos na execução de métodos específicos, e nem nascimentos repentinos de novos, mas mudanças que acontecem aos poucos, concomitantes a outras transformações, sociais, econômicas, históricas, biológicas, no decurso de um longo período, mas que resultarão, invariavelmente, em mudanças profundas. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

No século XVIII, uma outra revolução agrícola foi marcante para as transformações sociais e econômicas na Europa, a primeira da era moderna. Ela começa com alterações, aparentemente, simples nos modos de cultivo, mas que resultaram numa reestruturação do campo para o que estava por vir.

Adotou-se, por exemplo, a plantação de cereais e de plantas que geravam muita forragem, além do livre pastoreio de cabras em terrenos que estavam no período de descanso entre uma safra e outra, o pousio, produzindo estrume em grande quantidade, o que implicou na recuperação mais rápida da fertilidade desses campos, diminuindo o tempo entre uma safra e outra. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

A fertilidade da terra aumentou a quantidade de produtos a cada plantação, e a prática de manter rebanhos nesses terrenos também configurou uma maior disponibilidade de fibras para a manufatura de tecidos, beneficiando especialmente uma pequena indústria têxtil que estava, nessa época, a se edificar para abastecer um mercado consumidor, também em formação. Ao mesmo tempo, esses movimentos manufatureiros miraram nas necessidades de equipamentos e insumos para a produção agrícola, que se desenvolvia devido ao crescimento populacional e à formação de conglomerados urbanos, e passou a abastecê-la. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Uma diversidade de equipamentos de tração e de pequenas máquinas, inexistentes até então, tornaram o trabalho no campo mais eficiente e menos estafante. Arados charruas, trilhadeiras de carrossel, picadores de palha e de raízes, moedores e outros instrumentos permitiam aumentar a área trabalhada e, assim, a produção. (MAZOYER & ROUDART, 2010.)

O desenvolvimento do transporte férreo e a ampliação da produção dos barcos a vapor, também em curso nesse período, viabilizou o fluxo transcontinental e transoceânico de pessoas e mercadorias, incentivando a exportação e, por conseguinte, o intercâmbio de víveres e culturas. Isso implicava, dentre outras coisas, na possibilidade de especialização da produção nas propriedades agrícolas, posto que elas seriam facilmente abastecidas de alimentos e insumos vindo de outros lugares, sem ter que produzir tudo o que fosse necessário para o consumo e trabalho interno das fazendas, inclusive as ferramentas de trabalho. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Junto com toda essa transformação, nasce ainda um novo sistema social e econômico, que implicava em novas relações de trabalho, decorrente do aumento das populações urbanas, pois as cidades já não sofriam com escassez de produtos e alimentos, como se dava antes, e na interdependência dos sistemas financeiros, criando, assim, um capitalismo híbrido, industrial e agrário. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

“A primeira revolução agrícola foi uma mudança muito além das simples modificações culturais – que são a “supressão” dos alqueives ou sua “substituição” por um cultivo –, às quais costumam reduzi-la frequentemente. Tratou-se de um desenvolvimento agrícola complexo, inseparável do desenvolvimento dos outros setores de atividade, e cujas condições e conseqüências são de ordem ecológica, econômica, social, política, cultural e jurídica, bem mais que técnica.” (MAZOYER & ROUDART, 2010, pg. 374)

Esse movimento que aconteceu concomitante à Primeira Revolução Agrícola da era moderna, que, ao mesmo tempo, fortaleceu e foi fortalecido por ela, se trata da Revolução Industrial, constituindo uma interrelação fundamental para as transformações que se constituíram a partir de então.

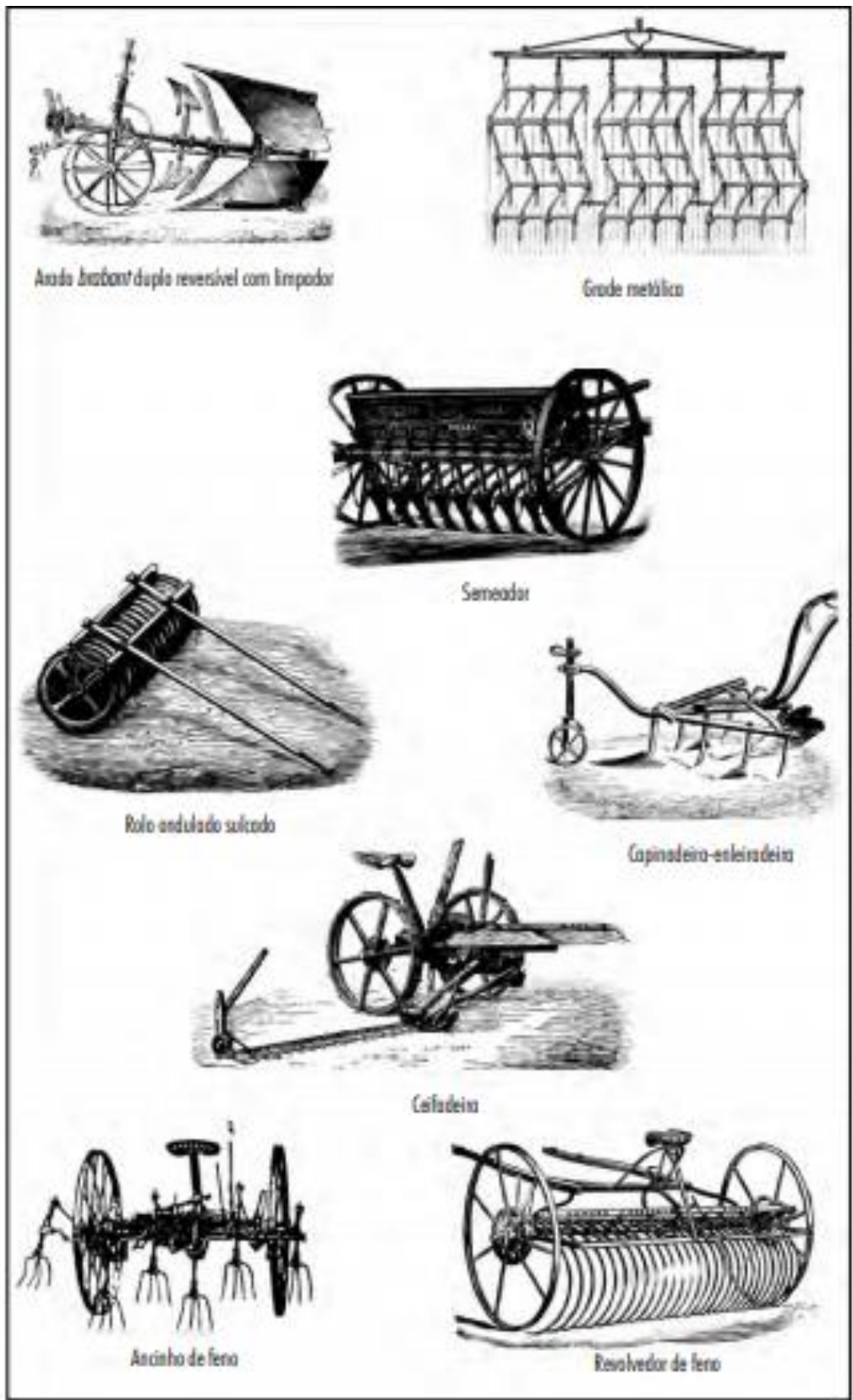


Figura 1.1: Os equipamentos mecânicos a tração animal, a vapor e manuais.

Fonte: MAZOYER; ROUDART, 2010, pg. 402

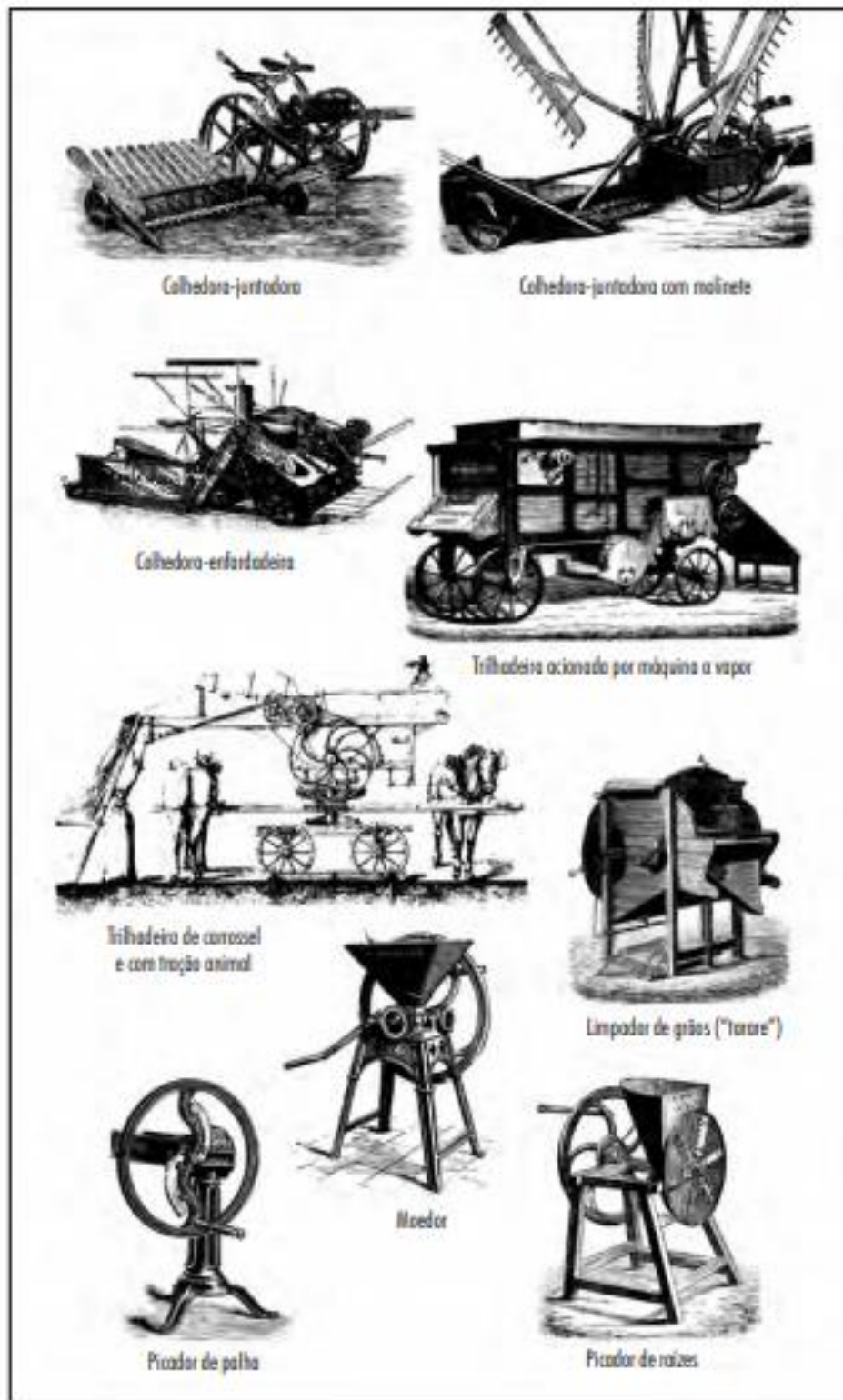


Figura1.2: Os equipamentos mecânicos a tração animal, a vapor e manuais.

Fonte: MAZOYER; ROUDART, 2010, pg. 403.

A criação de tipos diferentes de motores, como à explosão e elétricos, permitiu a produção de maquinários pesados, cada vez mais complexos e eficientes, como tratores e engenhos automotivos; e também permitiu a motorização do transporte por meio de caminhões,

estradas de ferro, barcos e por aviões, retirando os estabelecimentos e as regiões agrícolas, definitivamente, do isolamento e viabilizando o abastecimento cada vez mais facilmente de adubos de origem distante, assim como escoamento maciçamente seus próprios produtos. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

O aprimoramento da quimificação da atividade agrícola, através da multiplicação das fontes de extração e do desenvolvimento das indústrias de transformação ou síntese de adubos minerais e produtos de tratamento, garantiu um aumento no teor de minerais nutritivos em soluções empregadas no solo, o que proporcionou maior produtividade. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

A seleção de variedades de plantas e raças de animais domésticos, ao mesmo tempo adaptados a esses novos meios de produção industriais e capazes de rentabilizá-los, se tornou uma prática consolidada e aprimorada por meio de pesquisas científicas de instituições públicas e privadas, marcando, ao mesmo tempo, a separação das tarefas materiais de produção das tarefas intelectuais, de estudos e planejamento. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Mudanças nas relações de trabalho se desenvolveram em decorrência do novo contexto. Mesmo propriedades agrícolas de gestão familiar e de médio tamanho passaram a contratar cada vez mais trabalhadores a fim de suprir, de maneira mais eficiente, as demandas industriais, configurando um sistema formado por um conjunto de indústrias extrativistas, mecânicas e químicas, fornecedoras dos meios de produção para a agricultura, e outros grupos que estocavam, transformavam e comercializam os produtos cujos insumos advinham da produção agrícola. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Após a Segunda Guerra Mundial, cresceu a urgência de todos os países ocidentais em aderir a todos os instrumentos que possibilitassem a mecanização do campo, devido à necessidade tanto de aumentar a oferta de alimentos à sua população, já devastada pelo período de conflito, quanto as chances de que as nações pudessem voltar a crescer economicamente, pois estavam encolhidas com os prejuízos causados por duas guerras seguidas. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

A prosperidade da economia americana encantava e se tornava o modelo a ser seguido pelas demais nações, o que significou uma tendência a aderir à estratégia baseada na modernização da agricultura e na intensa industrialização, que fora adotado pelos Estados Unidos, fortalecendo a aliança desses dois setores como forma de desenvolver as economias nacionais. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Nesse período pós-Segunda Grande Guerra, centros internacionais de pesquisas agrícolas, financiados por grandes fundações privadas (Ford, Rockefeller e outras) somaram-se às indústrias já existentes e iniciaram um processo de seleção e modificação de variedades de alto rendimento de arroz, de trigo, de milho e de soja, muito exigentes em adubos e em produtos de tratamento, colocando em prática, de forma experimental, tais métodos de cultivo. (MAZOYER & ROUDART, 2010; ANDRADES & GANIMI, 2007)

Essas e outras corporações que desenvolveram uma produção militar para abastecer de suprimentos os participantes do conflito utilizaram as tecnologias que já possuíam para fabricar maquinários de alta complexidade, como tratores e colheitadeiras, e substâncias químicas, como defensivos agrícolas e fertilizantes ainda mais eficientes. (ANDRADES & GANIMI, 2007)

Paralelamente, uma estrutura de crédito rural subsidiado por governos locais foi sendo criada, envolvendo, muitas vezes, o apoio de instituições internacionais, financiando a adesão dos produtores a esse conjunto de insumos e maquinários que formariam, posteriormente, pacotes produtivos. (MAZOYER & ROUDART, 2010; ANDRADES & GANIMI, 2007)

Houve também a constituição de órgãos públicos de ensino, pesquisa e extensão rural nos países que aderiram ao movimento, associadas a esse modelo de produção agrícola de *commodities* com grande atratividade nos mercados internacionais, a fim de facilitar, e mesmo promover, a adesão por parte dos agricultores. (SANTILI, 2009)

Finalmente, o esforço de pesquisa orientou-se sobretudo em direção aos sistemas de produção mais especializados e métodos de cultivo padronizados, chamados “pacotes técnicos”, de acordo com o conhecimento acumulado da produção agrícola em grandes propriedades, geralmente bem equipadas e em condições de clima e de solo adequadas para tal modelo. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Todo esse desenvolvimento tecnológico, apoiado por contextos sociais específicos, chamou-se Revolução Verde e beneficiou as grandes corporações, que puderam entrar em novos mercados ofertando pacotes de produtos que abrangiam a área química, mecânica e biológica, além da garantia de recebimento de *royalties* pela adesão dos agricultores às tecnologias e sementes que produziam. (ANDRADES & GANINI, 2007).

Durante os anos 60 e 70, outro conflito também foi fundamental para consolidar esse modelo de modernização da agricultura em nível global e, por conseguinte, as indústrias que o financiavam. Com a Guerra Fria, período de tensão entre blocos de países capitalistas, liderados pelos Estados Unidos, e comunistas, liderados pela União Soviética, a Revolução Verde ganhou relevância política.

Foi atribuída à modernização da agricultura a possibilidade de aplacar a fome no mundo, pensamento defendido pela Teoria Malthusiana (1978), que afirmava estar a população mundial crescendo numa velocidade maior que os meios de produção existentes, o que selaria um futuro de escassez de recursos suficientes para todos, argumentos estes que politizaram a questão e fortaleceram os argumentos em desse modelo. (ANDRADES & GANINI, 2007).

Houve, de fato, grandes aumentos de rendimento e de produção ligados à Revolução Verde, o que fortaleceu o bloco capitalista dentro do conflito, provocando a adesão e o apoio de outros países às suas propostas, e enfraquecendo o grupo liderado pela União Soviética. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Contudo, esses ganhos beneficiaram principalmente as regiões férteis mais aptas a rentabilizar os caríssimos componentes necessários, e os agricultores que dispunham de recursos suficientes para comprá-los e aplicar os aconselhamentos técnicos correspondentes. As regiões marginais e os agricultores pobres foram deixados à margem desse movimento. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Além disso, o desenvolvimento dos transportes, promovido durante a Revolução Industrial, que, ainda no século XIX, foi um elemento propulsor das revoluções agrícolas, interligando continentes e tornando possível movimentos exportadores, acabou por criar, no século seguinte, um cenário de competição global entre as diferentes realidades sociais, o que colocou frente a frente agricultores pobres e mal equipados e grandes produtores, deflagrando um processo de baixa de preços que prejudicou fortemente os primeiros. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Os gêneros destinados à agricultura urbana e periurbana, como certas frutas, legumes, produtos lácteos, ovos, até gozavam de alguma proteção à essa concorrência forte que se constituiu. Porém, mesmo ela se defrontou com desafios como a especulação imobiliária, aumentado os gastos com logística e, assim, prejudicando a renda dos produtores. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Como reação à baixa dos preços dos víveres em geral, os agricultores de países em desenvolvimento também buscaram a especialização, priorizando o cultivo de espécies tropicais atrativas ao mercado importador, o que gerou a formação de regiões agroexportadoras, especialmente de café, chá, cacau, tabaco, amendoim, algodão, abacaxi, banana e outros, mas, como efeito colateral, deflagrou um processo de abandono do cultivo para autoconsumo, condição propícia à geração excedentes, o que costuma abastecer as demandas urbanas, em franca expansão naquele período. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Assim, países em desenvolvimento mergulharam numa dependência alimentar crescente. No Brasil, por exemplo, vivemos um período em que o feijão era importado. A África intertropical, por sua vez, em 1965 e 1985, aumentou a importação de cereais de base, como arroz e trigo, de 10kg para 35kg por habitante, ao mesmo tempo em que viu a produção cair de 135kg por habitante para 100kg. Mesmo gêneros tropicais que não estavam entre os cultivos dos países desenvolvidos, como o chá, o café e o cacau, entre as décadas de 50 e 80 tiveram reduções de 1,13% ao ano. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Em pouco tempo, mesmo as áreas agroexportadoras mais prósperas tiveram que lidar com o impacto causado pela baixa de preços, decorrente da grande oferta de produtos agrícolas, em especial, os cereais que eram os produtos preferenciais da Revolução Verde.

Paulatinamente, a capacidade de trabalho desses camponeses pobres foi sendo corroída pela necessidade de se cultivar o que trouxesse algum lucro rápido em detrimento das atividades de manutenção do ecossistema, implicando na degradação da fertilidade das suas terras, na produção de plantas malnutridas, em más condições sanitárias da propriedade e, por fim, na inviabilidade desses sujeitos em se manterem no campo. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

A solução, em boa parte dos casos, a migração para habitações periféricas e mal estruturadas nas cidades, ou o abandono de suas terras para o ingresso em um mercado de trabalho análogo à escravidão como se constituiu o trabalho rural em grandes propriedades. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

Configurou-se, portanto, a modernização da agricultura aos moldes da Revolução Verde como um processo marcado, a priori, pelo real crescimento da produção em níveis jamais testemunhados, porém, parou às portas dos países em desenvolvimento, por foi seguido por uma crise crônica em níveis sociais, econômicos, ambientais e trabalhistas devido ao modelo excludente dos pequenos produtores que não detinham recursos necessários para a adesão ao

modelo, e daqueles, nem sempre tão pequenos, oriundos de regiões em que o ecossistema local se mostrou inadequado para o transplante de pacotes estandarizados de produção. (MAZOYER & ROUDART, 2010)

2.2 O caso brasileiro

Seguindo o que aconteceu na Europa, a modernização da agricultura no Brasil implicou numa crescente integração desta ao sistema capitalista industrial, especialmente por meio de mudanças tecnológicas, da ruptura com modos de produção tradicional e a prevalência do capital comercial, o que acontece no caminhar de várias décadas, acentuando-se nos anos 60, quando ascende o governo militar. (GRAZIANO DA SILVA, 1998)

Tal processo deflagrou a constituição de complexos agroindustriais em que ambos os setores orientavam de maneira interrelacionada as suas diretrizes e planejamentos. Por um lado, a produção agrícola mirava as necessidades de matéria-prima das indústrias processadoras, interessadas em abastecer um mercado local em crescimento e concorrer em outros, internacionais. E em contrapartida, a produção industrial fornecia insumos e maquinários, garantindo o acesso a tecnologias por parte dos produtores locais, o que antes estava disponível por meio de exportadores. (GRAZIANO DA SILVA, 1998)

É notável uma espécie de apagamento do campo da agricultura enquanto setor econômico, por conta dessa integração profunda dos setores, o que ganha força, *a posteriori*, quando ao setor agrícola passa a serem disponibilizados subsídios condicionados a adesão de pacotes que beneficiem a produção industrial. (GRAZIANO DA SILVA, 1998)

Três resultados principais desse processo podem ser percebidos: a subordinação da agricultura à dinâmica industrial; a mudança no perfil de trabalho agrícola, com o trabalhador deixando de ser o agente ativo, o controlador do processo de trabalho, para se tornar um apêndice das máquinas; e a integração de capitais, formando um elo do capital industrial com a agrícola. (GRAZIANO DA SILVA, 1998)

Um dos primeiros passos nesse processo foi a criação do FUNAGRI (Fundo Geral para a Indústria e Agricultura), em 1965, seguida de outros fundos oficiais e de incentivos fiscais e cambiais, ao longo da década de 70. Assim, evidencia-se também a estreita participação estatal na implementação desse modelo agrícola, baseado na formação de complexos agroindustriais, onde os dois setores se fundem de maneira intradependente, em

detrimento do pequeno produtor, que abastecia as regiões urbanas. (GRAZIANO DA SILVA, 1998)

Até a década de 30, o café foi principal produto nacional. Com a crise de 1929, deflagrou-se um processo de baixa e desvalorização desse produto, a ponto de o governo brasileiro se ver obrigado a comprar e queimar estoques dos produtores a fim de evitar a baixa de preços, posto que a opção por produzi-los foi feita, fundamentalmente, por conta do incentivo e dos subsídios do governo brasileiro. Alguém precisava pagar essa conta e deixar para os produtores seria suicídio estatal. (GRAZIANO DA SILVA, 1998)

A partir dos anos 70, percebe-se um aumento nas variedades de culturas com destaque na produção agrícola brasileira, por conta do processo de especialização que respondia às demandas dos complexos agroindustriais, o que reforçou a organização da agricultura em torno de produtos, e não de demandas dos grupos sociais. (GRAZIANO DA SILVA, 1998)

Ou seja, embora o produtor agrícola mantenha a produção de víveres para sua alimentação, sempre há uma ou duas culturas que prevalecem e são voltadas para abastecer a indústria, fortalecendo a prevalência dos interesses desses conglomerados como norteadores na elaboração das diretrizes e políticas brasileiras para a agricultura. (GRAZIANO DA SILVA, 1998)

Durante as décadas de 60 e 70, empresas transnacionais que já possuíam operações em solo brasileiro, como Ford, Shell, Monsanto, Rhodia, Bayer e Pfizer, inauguraram suas divisões agrícolas e passaram a produzir insumos e equipamentos localmente, facilitando a adesão por parte dos grandes produtores que, antes, eram submetidos aos custos de importações onerosas.

Ao mesmo tempo, surgem centros e órgãos de pesquisas responsáveis por adequar as diretrizes e os produtos à realidade nacional, como a EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisas Agropecuárias), em 1972; a EMBRATER (Empresas Brasileiras de Assistência Técnica e Extensão Rural), em 1974; e as EMATERs (Empresas de Assistência Técnica e Extensão Rural), a partir de 1978. (ANDRADES & GANINI, 2007)

Houve também estímulos estatais à criação de cooperativas de comercialização agrícola que abrigassem os agricultores e, assim, difundissem as novas práticas; enquanto o Banco do Brasil, financiador por excelência desse novo modelo, garantia os recursos financeiros necessários, através de linhas crédito condicionadas à adesão dos pacotes

produtivos apresentados pelos órgãos responsáveis, completando o conjunto de ações e movimentos que corroboram a implementação consistente da Revolução Verde no país. (ANDRADES & GANINI, 2007)

Em consequência, deflagra-se um processo de fragilização dos modos de ocupação do campo que não estavam em congruência com a agricultura modernizada por falta de recursos para adotar as novas possibilidades técnicas, financeiras ou organizacionais, ou ainda pela inadequação do ecossistema ao modelo. Percebe-se, portanto, que acaba sendo replicada aqui, também, as consequências excludentes desse modelo. (SANTOS, 2006)

Um movimento de saída desses grupos de agricultores do campo rumo a regiões periféricas nas cidades se constitui fortemente, gerando contingentes populacionais que se tornam mão-de-obra mal remunerada nesses lugares. Os que continuam no campo também alimentam um sistema de subempregos, sendo forçados a abastecer a cadeia produtiva do agronegócio com baixos rendimentos. (ANDRADES & GANINI, 2007).

Todo esse processo de expropriação das populações rurais, inclusive dos povos indígenas, estigmatizados como atravancamentos do progresso, pela modernização do campo, tem, como das consequências mais graves consequências, a acentuada tensão no campo, com recorrentes episódios de violência a essas populações. (OLIVEIRA, 1994)

O relatório Conflitos no Campo Brasil, produzido anualmente pela Comissão Pastoral da Terra¹, denuncia o constante avanço, a cada edição, na violação de direitos e garantias das populações rurais, motivados por aspectos diversos, como a escassez de água, as apropriações ilegais das terras indígenas, dentre outras questões.

A “orquestração” de interesses agrários, industriais e financeiros que norteou o processo de modernização da agricultura submeteu as políticas públicas aos interesses de grupos específicos, produzindo oligopólios poderosos ao mesmo tempo em que enfraqueceu as minorias do campo, deixando como herança tensões e conflitos graves decorrentes da concentração de capitais. (GRAZIANO DA SILVA, 1998)

A alternativa para os pequenos produtores foi buscar soluções próprias, o que incorria em se contrapor às ações do estado, muitas vezes de modo violento, mas, também, em

¹ “A Comissão Pastoral da Terra (CPT) nasceu em junho de 1975, durante o Encontro Nacional dos Bispos e Prelados da Amazônia, convocado pela Confederação Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), realizado em Goiânia (GO). foi fundada em plena ditadura militar, com resposta à grave situação vivida pelos trabalhadores rurais, posseiros e peões, sobretudo na Amazônia” Fonte: <https://www.cptnacional.org.br/sobre-nos/historico>. Acessado em 10/11/2020.

fortalecerem-se para atuar nos flancos deixados por essa agricultura que visava, prioritariamente, os grandes mercados.

2.3 A crítica ambiental sobre a modernização da agricultura e a emergência dos orgânicos

Se agricultura e meio ambiente, nos dias de hoje, caminham juntas como uma aliança alternativa para uma produção menos danosa social, econômica e ambientalmente, nem sempre foi assim. Quando a modernização da agricultura alçou esse setor ao nível dos mais importantes para a balança comercial dos países, ainda não havia debates públicos sobre suas consequências ambientais, embora graves. (BRANDEMBURG, 2010)

As monoculturas para exportação, que exigiam vastas áreas desmatadas e sem vestígios de gramíneas para receberem tanto fertilizantes quanto agrotóxicos e permitirem o melhor desempenho possível desses produtos químicos, causavam contaminações dos solos, águas e ar, ao mesmo tempo em que aumentavam o risco da extinção de espécies, seja da fauna ou da flora.

O processo natural de absorção das águas também passava a correr sérios riscos por se tornar vetor para contaminações tanto do espaço de cultivo quanto de áreas adjacentes e outras, ainda mais distantes, através do movimento dos lençóis freáticos, trazendo como consequências a possibilidade de impactos em larga escala.

O uso dos produtos químicos agrícolas também provocava a intoxicação dos trabalhadores rurais, aumentando os casos de doenças crônicas. Além disso, tais práticas implicaram, no fornecimento de alimentos contaminados às regiões urbanas, provocando danos em extensões impossíveis de serem medidas. Isso porque, mesmo lavagens intensas não garantiam a retirada da grandiosa camada tóxica que se acumulava na superfície dos vegetais, aplicação após aplicação.

As primeiras críticas midiáticas, que ganharam alguma repercussão internacional, surgiram na década de 1960, com o lançamento do livro *Primavera Silenciosa* (1962), da jornalista americana Rachel Carson, denunciando essas e outras situações de degradação dos ecossistemas, inclusive adoecimentos de grandes contingentes populacionais.

A publicação do estudo *Limites do Crescimento* (1972), encomendado pelo “Clube de Roma”, organização não-governamental interessada em investigar e difundir informações sobre problemas causados pelo modelo de desenvolvimento capitalista, a pesquisadores do MIT

(*Massachusetts Institute of Technology*) apresentou ao mundo as prováveis consequências da interação entre o homem e o meio ambiente que estavam em curso, o que se mostrou bastante desolador e alarmante, reforçando as denúncias já feitas por Carson. (MOREIRA, 2000)

Ainda na década de 70, o mundo testemunhou a I Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente, conhecida como Conferência de Estocolmo, primeira vez em que chefes de estado se reuniram para debater a degradação ambiental deflagrada pelo modelo de desenvolvimento do capitalismo, marcando, também, o início nas transformações das impressões da opinião pública sobre a suposta prosperidade que a industrialização das sociedades e a mecanização do campo proporcionaram. (MOREIRA, 2000)

Em suma, as críticas ressaltadas por esses três importantes marcos dos debates sobre a preservação do meio ambiente se deviam à degradação resultante do modelo produtivo adotado até então, tornando essencial a sua revisão e atualização em suas bases, pautadas no resgate do que já fora degradado, na conservação dos recursos naturais que restaram e no desenvolvimento de práticas ambientais positivas.

É nesse contexto que surgem as demandas dos consumidores por alimentos limpos, sensibilizados pela repercussão das consequências ambientais da agricultura convencional, e um espaço se abre para a emergência de outros modos de cultivo, em especial, a agricultura orgânica.

O modelo orgânico de produção resgata conhecimentos tradicionais dos ciclos e capacidades da natureza, associando-o a modernas tecnologias, o que propicia otimizações do processo produtivo, menor dependência dos recursos não-renováveis, sua preservação e equilíbrio, o respeito ao trabalho do homem e a viabilidade econômica. (DAROLT, 2015)

Trata-se de um sistema ecologicamente equilibrado e estável, que exclui o uso de agrotóxicos, adubos químicos solúveis, hormônios, sementes transgênicas, irradiações e qualquer tipo de aditivo químico, o que permite o uso equilibrado e a preservação dos recursos naturais. (DAROLT, 2015)

A unidade agrícola passa a ser compreendida como um ecossistema cujo manejo deve contemplar o respeito e promoção da agrobiodiversidade local característica, os ciclos biológicos, a sustentabilidade social, ambiental e econômica do meio. (PRIMAVESI, 2008)

A primeira citação a esse modelo foi feita pelo botânico inglês Sir Albert Howard, enviado à Índia e China durante a década de 20, então colônias britânicas, com a missão de orientar a produção de monoculturas, como o chá e o café, para fins de exportação.

Em sua obra *An Agricultural Testament* (1941), desenvolveu uma reflexão sobre a pertinência das práticas orientais de agricultura, baseadas em métodos naturais que propiciavam a conservação do solo, garantindo sua fertilidade, como o cultivo de culturas mistas e o Processo Indore de recomposição, conhecido por compostagem. (HOWARD, 1941).

Outras modalidades apresentando entendimentos semelhantes foram desenvolvidas, compondo um grupo chamado de agriculturas alterativas: a biodinâmica², desenvolvida pelo alemão Rudolf Steiner, a biológica³, difundida pelo francês Claude Aubert, a permacultura⁴, conceito atribuído ao australiano Bill Molison. (ROCHA, 2002)

Estes modelos implementam um pensamento holístico, chamando atenção para a necessidade de respeitar os ecossistemas como um todo, a fim de garantir a qualidade nutritiva dos produtos sem impactos negativos ao meio ambiente, ao mesmo tempo em que abre espaço para responder a outras demandas sociais, como desenvolvimento econômico e social das comunidades locais.

O desenvolvimento da agricultura orgânica assinala, portanto, um processo de revisão dos modos de produção agrícola, atualizando técnicas tradicionais com potencial nocivo ao meio ambiente, como o uso de fogo no preparo do solo, ao mesmo tempo em que marca um contraponto ao modo de produção instituído pelo modelo adotado de modernização da agricultura.

2.4 A trajetória dos orgânicos no Brasil

² Ligada à antroposofia, ciência espiritual em prática em que a propriedade é vista como um organismo vivo. Preconiza práticas que permitam a interação entre animais e vegetais, com respeito ao calendário lunar, utiliza preparados biodinâmicos que visam reativar as forças vitais da natureza, além de outras medidas de proteção e conservação do meio ambiente. (DAROLT, 2015, p. 10)

³ “Sistema de produção agrícola (vegetal e animal) que procura obtenção de alimentos de qualidade superior, recorrendo a técnicas que garantam a sua sustentabilidade, preservando o solo, o meio ambiente e a biodiversidade, privilegiando a utilização dos recursos locais e evitando o recurso a produtos químicos de síntese de adubos facilmente solúveis.” (Fonte: Associação Portuguesa de Agricultura Biológica). Disponível em: [Microsoft PowerPoint - 3_AB_agrobio \(mamaot.pt\)](#)

⁴ Baseia-se na criação de agroecossistemas sustentáveis mediante a simulação dos ecossistemas naturais com ‘culturas perenes ou permanentes’ no centro da proposta.” (DAROLT, 2015, p. 13)

No Brasil, estudos importantes sobre manejo e conservação do solo foram desenvolvidos pela brasileira nascida austríaca Ana Maria Primavesi na década de 70, lançando as bases da agricultura orgânica no país.

Primavesi criticava práticas de manejo do solo que não vislumbravam seus efeitos no longo prazo, como a aração profunda, que dissipava na atmosfera nuvens de gás carbônico, e o emprego de herbicidas e agrotóxicos, responsáveis tanto por contaminações dos alimentos quanto por dizimar organismos responsáveis pelo equilíbrio do ecossistema. (PRIMAVESI, 2008)

“No sistema de manejo convencional, o solo é considerado somente como suporte físico das plantas. Esse sistema foi disseminado em todos os continentes e se baseia no emprego de pacotes químicos destinados a nutrir as plantas cultivadas. A verdade, porém, é que são manejos que matam os solos.” (PRIMAVESI, 2008, p. 7)

Foi fundamental para que tais conhecimentos fossem difundidos a atuação de movimentos sociais, tanto para trazer a público a realidade do setor agrário brasileiro e sua característica falta de assistência aos pequenos produtores, como também da necessidade e reconfigurar as políticas agrárias a partir de práticas ambientalmente responsáveis.

É possível, a propósito, vislumbrar legislações e programas públicos de assistência como resultado desse trabalho feito longe dos órgãos oficiais, sensibilizando as instituições públicas quanto à importância em desenvolver ações para esse setor.

A Pastoral da Terra é um desses movimentos que foram fundamentais para a defesa de uma difusão das agriculturas alternativas como contraponto ao modelo de modernização adotado até então, mais viável do ponto de vista social, econômico, trabalhista e ambiental. (FERREIRA, 2004)

O grupo foi formado por integrantes da Igreja Católica que vislumbravam a função social da religião de maneira diferente, ressaltando a importância da participação da instituição nos debates públicos a partir de um olhar crítico sobre as ações dos governos e, especialmente, do esforço de instruir as minorias sobre seus direitos, incentivando-os a se organizarem coletivamente para buscar melhorias nas suas condições de vida. (FERREIRA, 2004)

Calcavam-se em ideais elevados, como a realização concreta do Reino de Deus e da Terra Prometida. Para isso, a propriedade rural deveria ser garantida aos camponeses, ao mesmo tempo em que seria mais benéfico que agissem coletivamente, seja nas reivindicações ao Estado ou na atuação comercial nos mercados, através de associações e cooperativas. (FERREIRA, 2004)

O trabalho da CPT acontecia por meio de reuniões, momento em que ouviam os trabalhadores e suas dificuldades e os instruíam a respeito de direitos e de pensamentos críticos sobre propriedade e produção coletiva. (FERREIRA, 2004)

Por conta de críticas dentro da própria Igreja ao modelo coletivista e ao pensamento socialista que norteavam os integrantes da pastoral, o movimento, aos poucos, foi migrando seus princípios para uma visão pluralista sobre os sujeitos do campo, o que significou a passagem para um pensamento individualista da produção.

Assim, tornou-se pertinente reforçar a relação entre agricultura familiar e as agriculturas alternativas como opção ao modo globalizado, por reforçar a importância da posse da terra, da produção agrícola pautada em princípios e leis naturais dos ecossistemas, e, também, reforçar a inter-relação entre a ciência agrônoma, outras disciplinas científicas e o saber acumulado pelos camponeses e indígenas. (FERREIRA, 2004)

O MST, Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra, também teve importante papel no reforço da relação entre pequenos produtores e modos alternativos de agricultura, especialmente após o 4º Congresso Nacional, realizado em agosto de 2000, momento em que se debate a necessidade de um modelo agrícola alternativo ao capitalista, por ser este a grande barreira para uma reforma agrária efetiva e democrática. (LUZZI, 2001)

No ano seguinte, no 5º Congresso Nacional do MST, o discurso do presidente Stedile enfatiza a submissão do modelo econômico nacional ao capital internacional como entrave a qualquer movimento em direção à reforma agrária, sendo necessária uma articulação de toda a sociedade para reivindicar um modelo nacional de desenvolvimento econômico. Tornava-se inegociável repensá-lo também sob o ponto de vista das consequências ambientais. (LUZZI, 2001)

“Segundo Stédile, será preciso um novo tipo de reforma agrária. E destaca cinco fundamentos deste novo modelo: democratização da propriedade da terra; reorganização da produção agrícola para o mercado interno; repensar novas técnicas agrícolas, porque as usadas pelas transnacionais são insustentáveis do ponto de vista do meio ambiente; levar a educação formal e o conhecimento para o campo para formar o cidadão camponês; levar as pequenas agroindústrias ao interior para gerar emprego lá.” (LUZZI, 2001, p. 108)

As articulações destes e de outros movimentos sociais, paulatinamente, provocam a aproximação entre as agriculturas alternativas e o campesinato como alternativa para a ocupação democrática do campo, unindo-se contra um adversário comum, o modelo dos complexos agroindustriais, a base das políticas agrícolas públicas até então; ao mesmo tempo

em que reforçam a necessidade de se ater à questão ambiental como fator chave para a manutenção do trabalhador rural no campo.

2.5 Legislações e Políticas Públicas, finalmente, se tornam realidade

Foi necessária uma longa caminhada entre debates e articulações entre diferentes grupos, especialmente os das militâncias rurais e ambientais, para que a agricultura orgânica e demais modalidades ganhassem espaço na agenda pública como modelo que se adequaria às demandas desses setores. (JUHAS, 2016)

Com a Instrução Normativa 007 (17/05/1999), tem-se início o processo de regulação do setor orgânico, estabelecendo orientações sobre produção, tipificação, processamento, envase, distribuição e identificação de produtos orgânicos, além de normas sobre certificação.⁵ (JUHAS, 2016)

Em resposta a demandas antigas, a IN 007 orientou o desenvolvimento de mecanismos necessários para trazer garantias ao consumidor e transparência ao segmento. Contudo, ainda havia lacunas a serem resolvidas. (JUHAS, 2016)

Um projeto de lei que tramitava no Congresso desde 1996 serviu de base para os debates que culminariam na promulgação da lei 10.831, de 23/12/2003, principal marco legal brasileiro. Posteriormente, o Decreto Normativo 6.323, de 27/12/2007, definiu as normas e procedimentos, além das penalidades, que viabilizariam a sua completa implementação. (JUHAS, 2016)

De acordo com a legislação vigente, que abrange outras modalidades como as agriculturas ecológica, biodinâmica, natural, regenerativa, biológica, agroecológica e a permacultura,

“Considera-se sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.” (lei 10.831, de 23 de dezembro de 2003).

⁵ Fonte: <http://planetaorganico.com.br/site/?p=2999&preview=true> Acessado em 19/10/2020

Além dos aspectos técnicos essenciais para a adequada implementação de um sistema orgânico de produção, o Decreto 6.323 apresenta também diretrizes relacionadas à função social da propriedade agrícola, como contribuir com o desenvolvimento local, social e econômicos sustentáveis, a atenção à legislação ambiental, estímulo à relação entre produtor e agricultor, relações de trabalho justas dentre outras, atualizando as legislações anteriores.

Outro marco importante foi a elaboração e promulgação da PNAPO – Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica, instituída em 20 de agosto de 2012, pela então presidenta Dilma Roussef, por meio do Decreto Federal nº 7.794. A sua relevância advém não apenas do avanço na legitimação do modelo agroecológico para as políticas agrícolas, mas por ser resultado do diálogo de diversas organizações sociais ao longo de cinco décadas. (TROVATTO et. all, 2017)

“Nos espaços de diálogo das organizações sociais do campo, dos grandes movimentos nacionais foram importantes para a construção da Pnapo: no campo da agroecologia, os debates foram conduzidos pela ANA, pela ABA e pela Articulação o Semiárido Brasileiro (ASA); e no campo da produção orgânica, o diálogo ocorreu por meio da rede de Comissões da Produção Orgânica das Unidades da Federação e pela Câmara Temática da Agricultura Orgânica (Ctao), do Mapa Um papel fundamental foi desempenhado pelos movimentos sociais, como a Confederação Nacional dos Trabalhados na Agricultura (Contag), a Federação Nacional dos Trabalhadores e Trabalhadoras na Agricultura Familiar (Fetraf) e a Via Campesina. Outros fóruns importantes também contribuíram para a construção coletiva da Pnapo e do Planapo: i) Conselho Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável (Condrap); ii) o Conehos Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (Consea); e iii) o Fórum Permanente de Agroecologia da Embrapa (Canavesi, Moura e Souza, 2016)”. (TROVATTO et. all, 2017, 95-96)

O objetivo principal do PNAPO seria integrar, articular e adequar políticas, programas e ações no sentido de incentivar e fortalecer os processos de transição da produção agrícola que abastece a alimentação no mercado interno para o modelo agroecológico, relacionando-o deliberadamente com qualidade de vida para as populações e desenvolvimento sustentável para a economia e meio ambiente. (TROVATTO et. all, 2017)

Além da agricultura orgânica, outras modalidades também ganharam espaço na agenda de planos e políticas públicas do setor agrícola nacional, como a agroecologia. Na tabela abaixo, constam algumas das mais relevantes, relacionadas, em especial, ao fomento da relação dessa modalidade com a agricultura familiar. (TROVATTO et. all, 2017)

Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (PNSAN, 2006) – estabelece como uma de suas diretrizes a “promoção do abastecimento e estruturação de sistemas sustentáveis e descentralizados, de base agroecológica, de produção, extração, processamento e distribuição de alimentos.”
--

<p>O Plano Nacional de Desenvolvimento Rural Sustentável (PNDRSS, 2006) – estabelece como objetivos: “consolidar e fortalecer, nos espaços internacionais, regionais e multilaterais, a agenda o desenvolvimento rural com ênfase na agricultura familiar e agroecológica” e “promover etnodesenvolvimento, valorizando a agrobiodiversidade e os produtos da sociobiodiversidade”, além de seus objetivos específicos voltados para a valorização dos jovens e mulheres.”</p>
<p>O II Plano Nacional da Reforma Agrária (II PNRA, 2003) recomenda promover a diversificação produtiva em função da matriz tecnológica representada pela produção agroecológica, o fomento da produção agroecológica de alimentos, a reflexão teórica e prática sobre a agroecologia e sustentabilidade, para citar alguns elementos.</p>
<p>O 1º Plano Nacional de Economia Solidária (2015) define como uma de suas diretrizes: “o estímulo à organização dos(as) produtores(as) focada na agroecologia”. Por outro lado, e constituindo uma via de mão dupla, as diretrizes da Pnapo determinam necessidade de “promoção de sistemas justos e sustentáveis de produção”, fundamentos em relações comerciais transparentes, na aproximação entre produtores e consumidores (Brasil, 2015b).</p>

Tabela 1.1: Políticas e programas com referência direta à agroecologia.

Fonte: Trovatto et. all, 2017, pg. 97

Percebe-se, portanto, a interrelação entre a produção de base ecológica, como a orgânica e agroecologia, e a agricultura familiar. Isso se dá pela importância deste grupo no abastecimento para o consumo interno do país. De acordo com o Censo Agropecuário de 2017, os agricultores familiares respondem por 46% do valor da produção de café e banana; 80% do da mandioca, 69% do abacaxi e 42% do feijão. (LIMA et. all, 2020)

A pesquisa também apontou que 77% dos estabelecimentos agrícolas do país foram descritos como da agricultura familiar, e que nessas propriedades estão empregadas 67% das pessoas ocupadas na agropecuária. Contudo, eles detêm apenas 23% da área total de estabelecimentos agropecuários, em todos de 80 milhões de hectares. (LIMA et. all, 2020)

De acordo com a lei 11.326, considera-se agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, gerindo o próprio estabelecimento ou empreendimento, utilize a mão-de-obra da própria família e que tenha um percentual mínimo da renda familiar originadas das atividades do estabelecimento ou empreendimento

Ao mesmo tempo em que garante a subsistência do núcleo familiar, esse produtor constrói uma outra relação com o meio, mais duradoura, de maior vínculo. Todos os membros têm um papel importante na produção, o que lhes garante um conhecimento privilegiado dos processos agrícolas e do meio onde estão inseridos. (VERGÉ, 2011)

Vergé (2011) reflete sobre a reconfiguração do papel do pequeno agricultor, responsável pela soberania alimentar das nações, frente aos desafios da atualidade quanto à subsistência das populações e a preservação do meio ambiente, por seu modo de convivência com a natureza e a ética que carrega, atuais e ancestrais, ao mesmo tempo.

“Restabelecer a pluralidade desejável é colocar limites à voracidade emparelhadora do mercado. Se admitimos que a monocultura, o abuso dos agrotóxicos e o manejo irresponsável dos transgênicos não apenas danificam os trabalhadores do campo, mas também afetam a qualidade das colheitas e colocam em risco a saúde dos consumidores, além de depredar os recursos naturais, romper o equilíbrio dos ecossistemas e atentar contra a biodiversidade, seguramente iremos optar por tecnologias ecológicas que se adaptem à heterogeneidade natural, tais como o manejo sustentável de florestas, os policultivos e a agricultura orgânica. Assim, aceitaremos, igualmente, que a reprodução da biodiversidade domesticada depende, em grande medida, dos saberes e práticas das comunidades rurais – frequentemente indígenas – que agregam à diversidade natural a pluralidade de usos produtivos, sociais e culturais.” (VERGÉ, 2011, p.102)

Essa relação diferente com o meio, que é natural, ancestral e, ao mesmo tempo, vanguardista, abre espaço, também, para a construção de uma relação diferente entre o consumidor e os produtores advindos das agriculturas alternativas, o que tem proporcionado um crescimento notável no setor.

De acordo com pesquisa do IPEA, as áreas de cultivo de orgânicos aumentaram no mundo numa média de 10% ao ano no período de 2000 a 2017, o que significa, em números absolutos, sair de 15 milhões de hectares para 69,8 milhões de hectares. Embora implique em apenas 1,4% da área agricultável no mundo, ainda assim é uma ampliação notável no emprego desse modelo produtivo, indicando um aumento na adesão por parte dos agricultores. (LIMA et. all, 2020)

Nesse mesmo período, o consumo, em escala global, subiu de 15 bilhões de euros para 92,1 bilhões de euro, o que significa um aumento de 500%, e uma média anual de 11%, sendo frutas e vegetais a maior categoria produzida. (LIMA et. all, 2020)

As informações sobre o mercado de orgânicos no Brasil ficam a cargo de instituições diferentes, o que implica em dados, algumas vezes, divergentes, pela falta da unificação das bases, mas que permitem vislumbrar o seu tamanho e as perspectivas de futuro.

O Censo Agropecuário de 2017 apontou 68.716 estabelecimentos agrícolas certificados, Já o Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos (CNPO), gerido pelo Ministério da Agricultura, Pecuário e Abastecimento (MAPA) tinha 22 mil unidades de produção registradas em 2018. Contudo, ao observar períodos anteriores, como o ano de 2010, quando havia pouco mais de 5 mil produtores, é possível perceber um crescimento médio anual de 19%. (LIMA et. all, 2020)

As vendas no varejo brasileiro também indicam um mercado pujante. No ano de 2016, giravam em torno de 778 milhões de euros, e as exportações em 126 milhões de euros, em 2016. Deve-se muito desse crescimento aos grandes conglomerados varejistas, por exemplo o Grupo Pão de Açúcar e o Carrefour, que têm investido tanto no aumento das vendas de produtos *in natura*, o que amplia esse departamento dentro das lojas, como também na produção de industrializados a partir de matéria prima orgânica. (LIMA et. all, 2020)

Tem-se, portanto, os supermercados como protagonistas na viabilização desse crescimento, atraindo os pequenos produtores interessados em vender a estes *players* a sua produção. (GUIVANT, 2003; LIMA et. all, 2020)

As feiras de rua, por exemplo, possibilitam a venda de orgânicos a preços menores do que aqueles comercializados nos supermercados, já que a venda acontece sem nenhum, ou com apenas um, intermediário, possibilitando, também, uma aproximação entre as pontas desse processo, o consumidor e o produtor.

Assim, ao mesmo tempo em que fomenta a autonomia dos agricultores sobre a comercialização da sua produção, rompendo com dependências da agricultura familiar de atravessadores, e viabiliza a construção de relações de reciprocidade com o consumidor que permitem, no médio e longo prazo, a manutenção do modelo orgânico por parte dos produtores.

No próximo capítulo, adentraremos nas teorias sobre o consumo enquanto prática constituidora de significados e de que maneira ela permite a difusão de um modo de comercialização agrícola justo, apoiado por consumidores e responsável por difundir as agriculturas alternativas.

3. AS REVOLUÇÕES DOS CONSUMIDORES E A CONSOLIDAÇÃO DOS ORGÂNICOS

No capítulo anterior, seguimos a trilha das revoluções agrícolas para compreender de que maneira o processo de modernização da agricultura, em nível global, foi submetido aos interesses de grandes conglomerados, ligados ao capital industrial, em detrimento dos pequenos agricultores e da preservação do meio ambiente. (MAZOYER & ROUDART, 2010; ANDRADES & GANINI, 2007; SANTOS, 2006; GRAZIANO DA SILVA, 1998).

Foi possível perceber que esses grupos, excluídos inclusive das políticas públicas, se viram unidos contra um inimigo comum, o modelo de modernização da agricultura submetido aos interesses do capital industrial, e, por isso, puderam construir tornando um modo de ocupação do campo que proporcionou respeito ao meio ambiente e a produção limpa de alimentos. (LUZZI, 2001; FERREIRA, 2004; JUHAS, 2016; TROVATTO et. all, 2017)

Através de dados secundários, foi apresentada a prosperidade do mercado de orgânicos, seja em termos de área cultivada, seja de produção comercializada, ambos mercados por percentuais de crescimento vertiginosos, tendo o modelo de comercialização direto ao consumidor a potência de renovar as perspectivas desse setor. (LIMA et. all, 2020)

Para compreender a importância da construção de laços de reciprocidade entre produtor e consumidor para o mercado de orgânicos, se torna necessário investigar as construções conceituais sobre o consumo e práticas pautadas nas consequências futuras das escolhas efetuadas.

3.1 As transformações nos sentidos do consumo

O termo *consumo* deriva do latim *consumere*, “usar tudo, esgotar e destruir”; e do inglês *consummation*, que significa somar e adicionar. Essa dimensão de esgotamento, o que prevaleceu no Brasil, não diz respeito apenas à exaustão de bens materiais, mas se expande para aspectos físicos e emocionais, se referindo, também, à consumição do indivíduo. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006)

Na década de 70, os estudos de T. Veblen sobre o consumo da aristocracia americana no final do século XIX e a elaboração da teoria da classe ociosa reforçaram a perspectiva do ostentatório, um meio de exibição das distinções sociais em uma sociedade marcada pela competição de status. (DUARTE, 2010)

As perspectivas negativas prevalentes entre os primeiros estudos sobre o tema estão relacionadas à *bias produtivista*, tradição intelectual e acadêmica nas ciências sociais, predominante até meados dos anos 1980, em devotar esforços para o entendimento da produção na equação econômica, em detrimento dos estudos sobre a demanda. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006)

Foi necessária uma mudança de ponto de vista para que o consumo fosse desvinculado da posição de resultado dos modos de produção e passasse a ser visto como importante fator de construção social de valor pelos sujeitos. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006; DUARTE, 2010, MILER, 2005)

Dessa forma, a cultura material nas sociedades contemporâneas, antes menosprezada em seu potencial simbólico, passa a ser compreendida como elemento para se construir entendimentos sobre a humanidade. (MILER, 2005)

Douglas & Isherwood (2006) propuseram-se a construir uma teoria social e cultural dos bens, reforçando a urgência em implementar esforços para compreender todo o sistema simbólico estruturado a partir do consumo, desde as maneiras de aquisição aos modos usos dos bens.

Os autores questionam a visão econômica sobre um consumidor racional, o que também predominava entre os primeiros estudos sobre o tema, e refletem sobre a função expressiva e simbólica dos bens e a necessidade de trazer o assunto de volta para o âmbito dos processos sociais. (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2006)

O consumo seria tão importante para a constituição de relações sociais quanto o trabalho e outras dinâmicas do cotidiano, especialmente por ser o meio que proporciona os elementos materiais mediadores dessas interações. (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2006)

Tanto ir às compras quanto escolher qual bem levar em diferentes ocasiões, ou mesmo deixá-los à vista ou não durante as reuniões sociais, estão relacionados a contextos específicos, exigidos por rituais sociais instituídos, logo, não existem per se, mas decorrem da pertinência conferida pelos grupos. (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2006)

Os bens podem ser compreendidos, portanto, como portadores de significados, e os comunica à medida que os sujeitos os apresentam em suas relações sociais, conferindo a eles os sentidos reconhecidos pelos demais. (DOUGLAS & ISHERWOOD, 2006)

O aspecto transmissivo do consumo é evidenciado por McCracken (2015), que entende esse campo como constituidor de um conjunto de estações por meio das quais os significados culturais transitam da sociedade até os sujeitos.

As categorias culturais, plataformas invisíveis sobre as quais o mundo se sustenta, seriam materializadas nos bens por meio de processos de apropriação/ressignificação de sentidos, como a moda e a publicidade. (MCCRACKEN, 2015)

Os significados culturais dos bens de consumo são, então, assimilados pelos consumidores por meio de rituais de consumo, que manipulam os aspectos simbólicos e os comunicam, categorizando e conferindo ordem cultural ao universo aos sujeitos que os adquirem. (MCCRACKEN, 2015)

Perspectiva semelhante pode ser percebido em um estudo sobre o papel das compras nos rituais de Natal. Embora a tradição da troca de presentes e própria comemoração tenham adquirido um cunho reconhecidamente comercial, os elementos materiais possuem função simbólica importante na festividade. (MILER Apud DUARTE, 2011)

Portanto, é possível vislumbrar a recontextualização dos objetos, antes alienáveis, passando a ser inalienáveis, como resultado dos rituais de consumo, o que se constitui, também, como modalidade de construção cultural. (DUARTE, 2010)

Os produtos adquirem um novo significado quando retirados das prateleiras e são levados pelos consumidores para serem empregados em situações de uso e fruição específicos, reforçando seu aspecto simbólico e ordenador na estruturação de universos, particulares e coletivos.

Na atualidade, uma profusão de estudos sobre o tema corrobora a relevância teórica que a categoria consumo passou a ter nas ciências humanas. É notável a sua presença em estudos sobre cultura, cidadania, política, meio ambiente, dentre outros temas de reconhecida relevância, o que, há poucas décadas, não seria possível. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006; FONTENELLE, 2017).

Processos da vida social, os mais variados e heterogêneos, também passaram a ser entendidos como modos de consumo, seja a customização de roupas ou a apreciação de determinado tipo de música, dança ou qualquer outra expressão artística, o que indica a expansão do que se entende por consumo, o uso, fruição, e mesmo a ressignificação de bens e serviços. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006; FONTENELLE, 2017).

Esse processo indica que estamos utilizando o termo para classificar dimensões da vida social, implicando em novas perspectivas sobre o seu papel e, ao mesmo tempo, o reconhecimento de sua importância epistemológica. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006).

A expansão dos sentidos e da importância social do consumo implica, assim, em compreendê-lo como um dispositivo multidimensional, pois diz respeito a múltiplas formas de provisão de bens e serviço, diferentes maneiras de acessá-los, um mecanismo social produtor de sentidos, estratégia empregada por grupos para constituir estilos de vida, direitos e identidades, além da sua capacidade de ordenar politicamente cada sociedade. (BARBOSA & CAMPBELL, 2006).

3.2 Transformações no papel do consumidor na sociedade

Canclini (1999) observou as transformações nos modos e contextos de consumo como oportunidade para a novas maneiras de exercício da cidadania. Esse processo resulta na diminuição da participação do Estado em diversas áreas da vida moderna, engolidas que foram pelo modelo social, político e econômico da globalização.

Dissocia-se, portanto, a atuação cidadã exclusivamente de práticas tradicionais de representação, como o voto, e amplia-se o seu entendimento na direção do acesso e usufruto de bens e serviços considerados direitos sociais básicos, como a água, ou a energia elétrica, o que se dá enquanto sujeito consumidor. (CANCLINI, 1999)

Dessa forma, o consumo pode ser visto como útil para pensar e atuar socialmente, ao mesmo tempo em que viabiliza a reconquista dos espaços públicos por esses sujeitos e, também, do interesse pelas questões da coletividade. (CANCLINI, 1999)

Portanto, os consumidores passam a serem reconhecidos como atores sociais, capazes de atuar politicamente por meio de suas escolhas, transformação que desperta o interesse de diferentes campos do saber em torno de práticas perpassadas por questões ambientais, de saúde pública, de ordem moral, de crítica social e cultural. (FONTENELLE, 2017)

Os primeiros movimentos de consumidores atentos ao seu contexto social, no Brasil, se deram em torno de manifestações e passeatas em protesto a sistemas de medidas e ao custo de vida, e aconteceram através da organização de boicotes a empreendimentos comerciais. (BORGES, 2017)

Em 1987, o relatório *Nosso Futuro Comum*, elaborado pela Comissão Mundial de Meio Ambiente e Desenvolvimento (CMMAD) da ONU, tece críticas sobre as condições de consumo de países em desenvolvimento como fator gerador de poluição, em contraste com o estilo de vida dos países desenvolvidos, que aconteceria sem degradar o meio ambiente. (MOREIRA, 2000)

Este relatório é um marco, pois reafirma a importância do desenvolvimento dos mercados consumidores, ainda que através de metodologias não degradantes, o que coloca entre as pautas ambientais, pela primeira vez, o desenvolvimento sustentável. (MOREIRA, 2000)

Ao mesmo tempo, enfatiza a “poluição da pobreza”, mas ignora a “poluição da riqueza”, reforçando um estilo de vida de alto consumo e isentando as grandes nações do ônus do desenvolvimento. (MOREIRA, 2000)

Dessa forma, a atenção dos debates públicos se volta para o desenvolvimento de tecnologias que permitam o crescimento do mercado consumidor mediante procedimentos e matérias-primas menos danosas ao meio ambiente, o que resulta na consolidação da transmissão das responsabilidades sobre os danos ambientais da produção para consumo, com suas aquisições, usos e descartes. (MOREIRA, 2000)

Na Rio92, os debates já estavam consolidados em torno dos impactos do consumo no meio ambiente, confirmando a transferência das responsabilidades para o consumidor, atribuindo às ações individuais motivadas por valores sensíveis às necessidades de preservação do meio ambiente, o potencial de produzir mudanças sociais profundas. (PORTILHO, 2005)

Assim, se fortalece a ideia de uma importância das ações individuais, apartadas dos movimentos sociais organizados, nos dilemas e disputas políticas cotidianas, marcando um processo de politização do consumo, ao mesmo tempo em que sela a interdependência deste campo à esfera da cidadania. (PORTILHO, 2005)

Echegaray (2012) relata três episódios em que as agendas dos consumidores e dos cidadãos se encontraram: o boicote dos argentinos à Shell, em 2005, quando o governo critica e ameaça de punição o aumento no preço do óleo diesel; a repercussão, no Brasil, em 2008, do baixo desempenho das operadoras de telefone anunciado pelo Procon; e o crescimento da Nokia no mercado mexicano um ano após ganhar o 1º lugar no ranking anual de empresas verdes de tecnologia fornecido pelo Greenpeace.

Seja pela adesão ou pelo boicote, situações políticas tiveram repercussões de mercado, manifestando um tipo de consumo pautado na atuação coletiva dos indivíduos por meio de suas escolhas. (ECHEGARAY, 2012)

Um processo de politização das práticas de consumo decorre, assim, de escolhas que levem em consideração questões socioambientais, políticas ou éticas, com o propósito de afetar, direta ou indiretamente, a produção e a distribuição de bens. (ECHEGARAY, 2012)

A adesão e o boicote têm se consolidado como repertórios de atuação política ao longo das últimas décadas na América Latina, o primeiro servindo para premiar através da compra; e o segundo como ato político punitivo, acontecendo em conjunto com testemunhos negativos. (ECHEGARAY, 2012)

De acordo com Portilho (2008), a adesão a produtos orgânicos se apresentaria como pano de fundo para a constituição de uma cosmologia baseada em estilos de vida comprometidos com valores éticos e ecológicos.

O envolvimento com as questões ambientais resulta na reapropriação da economia por parte de consumidores não-organizados e difusamente politizados, orientados por valores próprios, passando a articular as preocupações da vida privada com o anseio em participar da esfera pública de uma maneira mais ampla. (PORTILHO, 2009)

Em decorrência dos atores envolvidos e do modelo de produção, alinhados a princípios que respeitam o meio ambiente, a compra e o consumo deste alimento despontaria como forma auto-atribuição de responsabilidades quanto à preservação da natureza e o apoio ao pequeno agricultor, perfil do produtor nesse segmento de mercado, se contrapondo ao modelo agrícola resultante da modernização do campo, conforme abordado no capítulo anterior. (PORTILHO, 2008, 2009; CASTAÑEDA, 2010)

Ao mesmo tempo em que vislumbram no orgânico a possibilidade de engajamento em questões relevantes para o bem-estar coletivo, os consumidores se colocam disponíveis para construir relações de confiança com os produtores. (CASTAÑEDA, 2010)

Assim, tem-se na aproximação das comunidades rurais e urbanas uma alternativa para aplacar a ansiedade quanto aos riscos de alimentos contaminados, e, também, a possibilidade de o consumidor resgatar hábitos alimentares mais saudáveis e construir uma nova relação com o alimento. (DAROLT, 2013)

Nesse contexto, se desenvolvem modos diferentes de comercialização, baseados na interatividade entre esses sujeitos, permitindo que conheçam, e mesmo se envolvam, com os propósitos um do outro, possibilitando novos modos de desenvolvimento local. (SCARABELOT, 2012)

Assim, surgem e ganham relevância cadeias agroalimentares curtas, a partir de novas formas de interação entre produtor e consumidor, blindando os agricultores em relação às flutuações de preço e, por conseguinte, do aumento nos custos, e, também, das incertezas decorrentes a mudanças sociais sobre padrões alimentares, diminuindo os riscos inerentes à produção agrícola. (SCARABELOT, 2012; DAROLT, 2013)

Será abordado, a seguir, de que maneira a interação entre consumidor e produtor constitui experiências de cooperação que transcendem a simples aquisição e usufruto dos produtos, implicando em movimentos sociais importantes para o mercado de orgânicos.

3.3 A importância da relação produtor x consumidor para os orgânicos

O circuitos-curtos de comercialização são modelos baseados na proximidade entre produtor e consumidor, sendo permitido, no máximo, um intermediário. Dessa forma, a venda é feita diretamente por quem produziu àqueles que consumirão, o que abre espaço para a construção de laços de confiança entre esses sujeitos. (DAROLT, 2013)

Chamado, também, de circuitos de proximidades, ou circuitos locais, o termo surge como alternativa ao modelo de produção agrícola especializado, destinado a abastecer o setor industrial e ou os canais longos de comercialização de alimentos, resultado do processo de modernização do campo. (DAROLT, 2013)

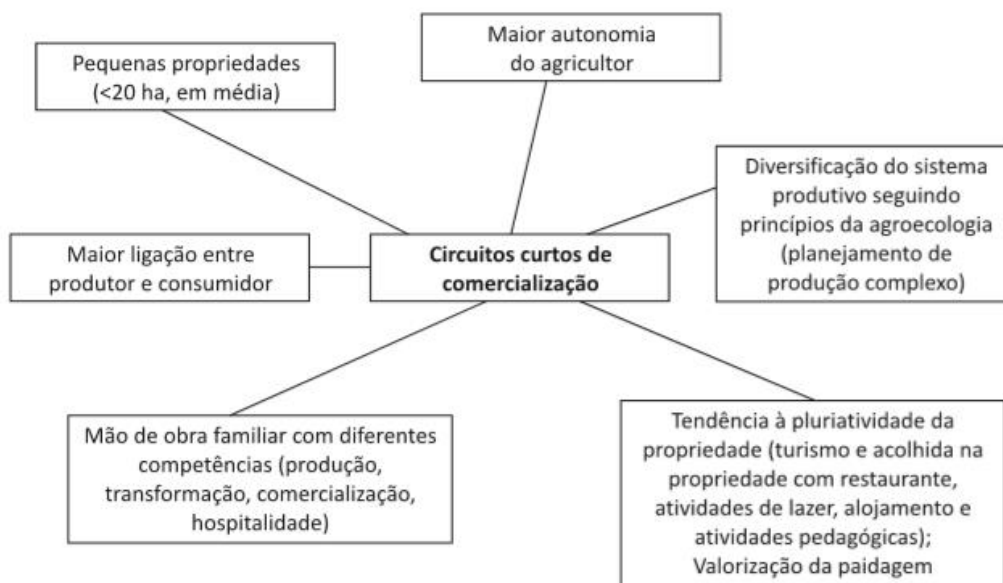


Figura 2.1: Características de propriedades que trabalham com circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos. Fonte: DAROLT, 2013, pg. 150

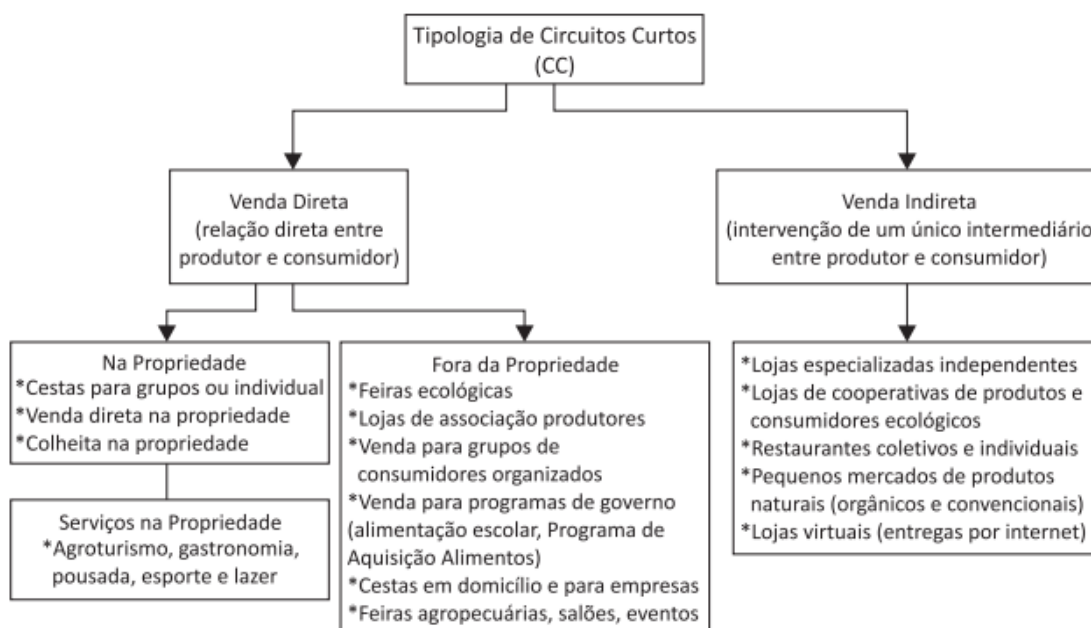


Figura 2.2: Tipologia de circuitos curtos de comercialização de produtos ecológicos no Brasil.

Fonte: DAROLT, 2013, pg. 143

Contudo, a destinação da produção agrícola para canais longos de comercialização ainda prevalece em relação aos demais modelos. E, juntando a esse fato a promoção de um estilo de vida baseado no hábito de se alimentar fora de casa, tem-se o afastamento cada vez maior entre produtores e consumidores. (DAROLT, 2013)

Dessa forma, o mercado de produtos agrícolas, dentre eles os orgânicos, tem no supermercado o seu maior canal de distribuição, o que consolida práticas que implicam na diminuição da lucratividade da atividade agrícola e a dependência desses sujeitos aos grandes conglomerados varejistas.

Contudo, parte das compras de orgânicos já é complementada por aquisições em pequenos varejos e direto dos produtores, seja em espaços de feira, por meio de cestas em domicílio, ou mesmo nas próprias propriedades rurais. (GUIVANT, 2003; DAROLT, 2013)

Além disso, enquanto a comercialização de orgânicos nos supermercados se orienta para atrair consumidores que buscam produtos saudáveis, outras intencionalidades podem ser percebidas em relação às compras de produtos orgânicos em feiras. (GUIVANT, 2003)

Assim, o circuito-curto se adequa ao modelo de negócio da agricultura familiar, voltado a suprir as necessidades do grupo e, também, para produzir excedentes que possam abastecer o consumo das regiões urbanas, gerando maiores receitas. (DAROLT, 2013; SCARABELOT, 2012)

Essa modalidade de comercialização implica em um olhar diferenciado para a atividade rural, com vistas a ampliar as oportunidades de negócios da propriedade rural, que não deve se restringir ao que é produzido, mas também aos serviços possíveis de serem oferecidos ao mercado. (DAROLT, 2013)

Assim, esses produtores podem melhorar suas receitas e diminuir a dependência de atravessadores, preservando a autonomia de suas decisões, seja quanto às culturas a serem cultivadas, as técnicas empregadas no cultivo e os grupos de consumidores que serão atendidos. (DAROLT, 2013)

O segmento de produtos oriundos das agriculturas de base ecológica tem nessa modalidade de comercialização importante fator de fortalecimento dos negócios e atração de consumidores. (DAROLT, 2013).

O modelo do circuito-curto permite ao produtor apresentar ele próprio os frutos do seu trabalho, bem como as dificuldades e especificidades do processo produtivo, valorizando o esforço empreendido e os saberes cultivados, ao mesmo tempo em que cativa, educa e capacita esse consumidor sobre práticas que lhe garantem produtos mais naturais.

Uma comunidade pode se erguer em torno do modelo dos circuitos-curtos, permitindo interações em diversos níveis, consumidor-produtor, consumidor-produtor,

produtor-consumidor, o que garantirá a esses sujeitos a agência na elaboração dos discursos concernentes a na constituição de imaginários.

Dessa forma, barreiras à escolha desse tipo de produto, como preços mais elevados em relação aos oriundos do modelo convencional, tamanhos e aparências menos atrativas, ou mesmo a falta de algum produto por estar fora da época, serão mais facilmente compreendidas e contornadas, sem implicar na perda definitiva de consumidores.

Essa pedagogia, promovida pelos produtores, é fundamental na construção de uma relação que possibilita a invenção e o reforço de um modelo de consumo alimentar ecologicamente correto, além da valorização das tradições, o que se constitui como uma aproximação entre o campo e a cidade.

Assim, valores como autonomia, solidariedade, segurança alimentar, justiça social, respeito à cultura e às tradições locais passam a atravessar as práticas de produção e de consumo dos sujeitos que interagem tendo como pano de fundo o estabelecimento desse novo modelo de comercialização. (DAROLT, 2013)

3.4 As comunidades de consumidores e produtores

Dentre as modalidades de circuitos-curto desenvolvidas entre consumidores e produtores de base ecológica, tem notoriedade as chamadas Comunidades que Suportam a Agricultura, ou CSA, termo traduzido da expressão em inglês *Community Supported Agriculture*.

Trata-se de um movimento comunitário de desenvolvimento agrícola que tem por objetivos gerar um mercado estável para produtores através da conexão desses aos consumidores, que se beneficiarão da proximidade com as fontes de seus alimentos, promovendo relações entre agricultores e a comunidade. (HENDERSON & VAN EM, 2007.)

Essa tipologia de associação chama atenção para um papel diferente do consumidor. Ele não está mais na frente do balcão, apenas recebendo o que foi produzido, mas é parte do processo. Ou seja, o consumo se torna a sua última etapa, garantindo tanto o sucesso da empreitada quanto a sua continuidade, de maneira eficiente.

Através da assinatura prévia de contrato, pagamento de mensalidades e taxas determinadas, forma de participação inerente aos modelos das CSAs, o consumidor permite ao

produtor financiar a produção, ao mesmo tempo em que garante ser abastecidos com alimentos cuja procedência é de seu integral conhecimento.

O termo *prossumidor*, cunhado por Tofler (1980), seria pertinente para estes compradores, pois se trata de um sujeito que consome, mas que também atua de maneira ativa no processo produtivo, ofertando suporte financeiro, ratificando a importância da continuidade desse tipo de oferta, desenvolvendo uma espécie de ativismo. (KOTLER et. all, 2010)

Um consumidor envolvido no processo produtivo, disposto a construir uma relação de confiança com as instituições, é o ideal para o novo momento do mercado, caracterizado por uma alta concorrência e pelo processo de commoditização das mercadorias. (KOTLER et. all, 2010). E se trata do tipo de relacionamento que o estabelecimento de uma CSA permite.

3.4.1 Pistas sobre a trajetória desse movimento

Relacionam a formação de CSAs com a difusão, em nível global, da filosofia teosófica e dos conhecimentos da Economia Viva, elaborada pelo filósofo Rudolf Steiner, que propõe a reorganização das teorias econômicas a partir de um ponto de vista humanista e de caráter orgânico. (DORNELES, 2020).

O primeiro grupamento formado com características semelhantes a uma CSA aconteceu Japão, na década de 70. Donas de casa preocupadas com o uso de pesticidas e a proliferação de produtos industrializados buscaram um produtor local que se interessasse em cultivar víveres sem o uso de defensivos agrícolas químicos. O movimento ganha o nome Teikei, algo como “alimento com a cara do agricultor”. (TORRES, 2017)

<p>1 – Princípio da Assistência Mútua: direciona produtores e consumidores a um relacionamento de apoio mútua e benéfico com base em uma compreensão compartilhada das necessidades e desejos de cada um.</p>
--

<p>2 – Princípio da Produção Pretendida: orienta os produtores a produzir o máximo de diversidade e a mais alta qualidade dentro das capacidades de produção da unidade agrícola.</p>
--

<p>3 – Princípio da Aceitação do Produto: incentiva o consumidor a aceitar o produto que foi cultivado de acordo com as consultas prévias entre produtores e consumidores; sua dieta deve depender tanto quanto possível dos produtos fornecidos.</p>
--

<p>4 – Princípio da Concessão Mútua na Decisão de Fixação de Preços: incentiva o uso de divulgação completa e uma discussão aberta dos verdadeiros custos e benefícios para o produtor e consumidor ao estabelecer o preço de uma determinada atividade da CSA.</p>
<p>5 – Princípio de Aprofundamento de Amizades – fundado na suposição de que parcerias duradouras exigem amizades verdadeiras, incentiva o contato frequente entre os membros e produtores da CSA.</p>
<p>6 – Princípio da Autodistribuição – incentiva a confiança no produtor ou acionistas para a distribuição das ações da CSA e desencoraja o uso de transportadores profissionais.</p>
<p>7 – Princípio da Gestão Democrática – encoraja tanto o produtor quanto o consumidor a praticar a tomada de decisão democrática com responsabilidades compartilhadas.</p>
<p>8 – Princípio da Aprendizagem em Cada Grupo – incentiva o desenvolvimento contínuo da amizade e da cultura imaterial, a fim de evitar a tendência da CSA de se transformar em uma relação exclusivamente commodities/comércio.</p>
<p>9 – Princípio da Manutenção da Escala de Grupo Appropriada – como o tamanho (ou escala) dos grupos de produtores ou consumidores determinará a capacidade das práticas acima serem mantidas, o princípio incentiva a limitação da escala para níveis apropriados.</p>
<p>10 – Princípio do Desenvolvimento Constante – incentiva o esforço contínuo de engajamento na cooperação mútua a fim de alcançar condições satisfatórias para os grupos de produtores e consumidores.</p>

Tabela 2.3: Os 10 princípios fundamentais do Teikei no Japão

Fonte: Henderson & Van Em, 2007.

Ainda nos anos 70, na Suíça, o ativista ambiental Jan Vaner Tuin implantou o projeto *Topanimbur* nas proximidades de Zurique, o que incluía a repartição dos custos e dos resultados da produção entre os interessados. Os alimentos eram recebidos semanalmente. (TORRES, 2017; DORNELES, 2020)

Um outro projeto, com características semelhantes, foi instituído por esse mesmo ativista em Genebra, chamado *Les Jardins de Cocagne*, que consistia em uma cooperativa de trinta consumidores que contavam com três horticultores. (TORRES, 2017; DORNELES, 2020)

E na década seguinte, em 1985, Jan Vaner Tuin assessora um produtor de Massachussets, nos Estados Unidos, a instituir um modelo produtivo e de comercialização baseado nos ideais da agricultura sustentável e no modelo das “Comunidades que Suportam a Agricultura”, levando o modelo para um terceiro continente. (TORRES, 2017; DORNELES, 2020)

Nas regiões de língua francesa, também durante a década de 70, foram registrados grupos com semelhantes modelos associativos, embora tenham recebido nomes diferentes, como se “agricultura de proximidade baseada em contrato”, com a sigla ACP, ou *Agriculture Contractuelle de Proximité*. (TORRES, 2017; DORNELES, 2020)

Já na década de 90, surgiram os primeiros grupos em território alemão. Traugher Groh, estudioso da agricultura biodinâmica e coautor do livro *The Farms of Tomorrow Revisited: Community Supported Farms, Farms Supported Communities* (1997), desenvolveu um experimento com características de CSA em uma fazenda nos arredores de Hamburgo. O grupo passa a produzir o próprio alimento com sucesso, o que leva Groh a migrar para os Estados Unidos, em 1986, e iniciar um projeto semelhante, o *Temple Wilton Community Farm*. (TORRES, 2017; DORNELES, 2020)

Como se percebe, a propagação das CSAs se deu, no início, no continente europeu, durante a década de 70, o que fortaleceu o movimento, embora a primeira ocorrência tenha sido no Japão, sendo difundidas, nas décadas seguintes, nos Estados Unidos, totalizando 60 grupos na década de 90 e, 14 anos depois, 1.700 experiências naquele país. (DORNELES, 2020)”

Uma experiência chilena nos anos 80 foi a primeira experiência no contexto da América Latina, surgida logo após o final da ditadura de Pinochet (1973-199), período em que o país viveu uma forte crise econômica. A Canasta Comunitária Utopía foi organizada por trabalhadores, moradores de um mesmo bairro e estudantes de agronomia, que formaram uma associação de consumidores que eram abastecidas por produtores da agricultura familiar, de comunidades indígenas, cooperativas e uma central de distribuição regional. (DORNELES, 2020)

Nos anos 2000, CSAs de diferentes países uniram-se para formar uma rede, a URGENCI, com vistas a promover o modelo, incentivar parcerias e trocas de informação entre os membros. Isso porque comunidades desse tipo vinham se desenvolvendo em quase todos os continentes, de maneira autônoma, o que tornava necessário movimentos tanto com vistas ao

fortalecimento dos grupos como também a promoção de articulações entre eles. (TORRES, 2017; DORNELES, 2020)

Embora, na presente pesquisa, tenha sido mais adequado o relato das ocorrências do movimento em uma sequência cronológica de fatos, a trajetória das CSAs é não-linear e heterogênea, marcada pela formação de estruturas as mais diversas, que implicaram em sucessos, equívocos e reconfigurações, por momentos históricos e contextos socioeconômicos os mais diversos possíveis, e por influências, teóricas e empíricas, diferentes em cada ocorrência.

Portanto, assim como não há uma linearidade na história da agricultura, falando-se em agriculturas, no plural, dá-se da mesma forma com as CSAs, implicando, inclusive, em diferentes nomenclaturas.

3.5 ADAO, a pioneira no Brasil

No Brasil, a primeira experiência dessa modalidade foi a ADAO, Associação para o Desenvolvimento da Agropecuária Orgânica, objeto da presente pesquisa, na década de 90, na cidade de Fortaleza-CE, O agrônomo suíço Richard Charity, que teria conhecido o modelo das CSAs na Inglaterra, foi o organizador do movimento, com a finalidade de solucionar problemas de escoamento de uma produção agrícola local.

Um grupo de 23 famílias interessadas em consumir vegetais orgânicos juntou-se ao agrônomo nessa empreitada e formalizaram a associação, que previa em contrato o pagamento de mensalidades com vistas a custear o processo de transição e, posteriormente, a produção de agricultores que se interessassem em aderir ao modelo de agricultura orgânica. Em troca, os associados teriam acesso, em partes iguais a tudo o que fosse produzido.

Encontraram um em Guaraciaba do Norte. Adepto da agricultura convencional, Nazareno Oliveira contou com o auxílio de um técnico, membro de uma dessas famílias, e de Charity, concluindo a conversão em um período de três meses. Atualmente, é um dos grandes produtores independentes de orgânicos do Ceará, distribuindo também Piauí.

“Então, nos primeiros dez anos da associação, a intensidade de educação pro consumo e pra produção foi muito legal, e isso foi o que abriu o universo do orgânico no Ceará. E aí esses primeiros produtores da ADAO nessa época são hoje os grandes empresários do orgânico no Ceará. Então por exemplo a Portal do Orgânico, uma família grande com pai e vários filhos e todos eles se tornaram produtores de orgânicos, cada um deles na sua propriedade, se tornaram produtores orgânicos por

incentivo da ADAO, e hoje eles têm essa empresa que é uma das grandes empresas de orgânicos do Estado.” Produtor 1, [abr. 2001]

Cada família contribuía com valor mensal, dinheiro esse que era repassado ao produtor a fim de que pudesse financiar a produção e fazer as modificações que fossem necessárias em sua propriedade a fim de manter-se coerente com os princípios da agricultura orgânica. Assim, um ano após a transição, foi possível ao produtor auditar a propriedade e garantir a certificação oficial.

Em seu início, a ADAO utilizava o espaço do CEU, Condomínio Espiritual Uirapurú, centro de atividades ligado a movimentos espiritualistas de diversas vertentes, localizado na Avenida Alberto Craveiro, bairro Castelão, em Fortaleza. Toda a produção era enviada para este local, e assim que chegava, era separado por uma equipe de trabalho da associação em cestas, com iguais quantidades e variedades.

Posteriormente, o produtor passou a entregar uma quantidade maior do que poderia ser consumido por essas 23 famílias, momento em que a associação optou por abrir-se para receber novos associados. Todos pagariam igualmente a taxa mensal para fazer parte do grupo, e, também, teriam direito a cestas prontas, a serem retiradas no CEU, então sede operacional do grupo.

Em 2006, já estavam associados 460 consumidores e 7 produtores, 90% oriundos de Guaraciaba do Norte. A ADAO possuía sede própria, no bairro Água Fria, e um imóvel, espécie de filial, no bairro Aldeota, sendo os consumidores associados responsáveis pela coleta da Cesta Básica Mínima. Nesse momento, era possível também optar pela escolha livre, ou seja, a formação da própria cesta, serviço que se assemelhava a uma pequena feira. (SERAFIM, 2007)

“Depois desses primeiros dez anos, a ADAO tinha, se não me engano, seis produtores orgânicos certificados que todas as bases do orgânico eram financiadas pela associação, então, o produtor precisava fazer um poço profundo, a associação financiava, o produtor precisava fazer a certificação ou comprar algum insumo, comprava coletivamente e esse insumo chegava nos produtores.” Produtor 1, [abr. 2001]

A estrutura organizacional da associação era composta por um presidente, um vice-presidente, um diretor financeiro administrativo, diretor técnico e uma secretária, eleitos de dois em dois anos, todos detentores de nível superior, ficando a presidência, preferencialmente, a cargo de um profissional especialista na área agrícola. (SERAFIM, 2007)

Além de ser uma ponte ligando produtores e consumidores, a associação também desenvolvia atividades como cursos de formação e palestras sobre assuntos relacionados à

produção orgânica. Dessa forma, municiava o consumidor com informações importantes tanto sobre produtos quanto processos produtivos, capacitando esses sujeitos, de modo a permitir sua autonomia alimentar.

“Dentro do estatuto da associação, tem uma cláusula de fomento à produção e ao consumo de orgânicos, então dentro desse viés a ADAO exerceu nos primeiros dez anos de associação dela um papel muito importante de educação para produção e consumo de orgânico.” Produtor 1, [abr. 2001]

Essa atuação completa era necessária se pensarmos a respeito do momento histórico em que a organização surgiu. A fundação da ADAO é anterior aos principais marcos legais brasileiros para a produção orgânica, período em que se quer havia políticas públicas voltadas para o setor, o que reforçava a situação de insegurança do consumidor quanto às dos produtores.

“Essa dinâmica de fomento ao produtor foi sendo muito legal, todo mês tinha uma reunião técnica que tinha reunido produtores e consumidores, faziam todas as definições administrativas pra associação e, num outro momento, uma vez por mês, tinha uma reunião pra fomento do orgânico mesmo, com informações, com questões culturais, com aprofundamento, pra que os consumidores também tivessem um conhecimento profundo do que era produzir e consumir alimento orgânico. E aí, com isso, os produtores, enquanto era uma associação de consumidores, os consumidores eram muito atuantes dentro da associação. Participavam de reuniões, participavam das questões administrativas e tal.” Produtor 1, [abr. 2001]

Posteriormente, uma mudança nessa forma de atuação dos consumidores foi percebida. Com a entrada de novos associados, o viés comercial se exacerbou, o que provocou a ansiedade desses sujeitos por receber o máximo de produtos e ser abastecido integralmente pela ADAO. Quando não havia determinadas variedades, muitas vezes, devido à entre safra da espécie, procuravam os supermercados e se abasteciam, o que enfraquecia seus laços com a associação.

“Depois o mundo foi mudando essa relação de consumo, foi quando cresceu muito essa questão de supermercados e de grandes centros comerciais, o consumidor passou a gostar dessa coisa ‘eu não me importo como que o produto chega no lugar onde vou comprar, eu quero chegar e comprar, porque eu tenho dinheiro, eu quero chegar lá e comprar.’ E começou uma insatisfação do consumidor muito grande, porque o consumidor queria chegar e, vamos botar aqui um produto, ‘eu quero ter beringela o ano inteiro’, mas a beringela você não consegue produzir o ano todo, mas o consumidor quer a beringela e o consumidor passou a perder essa proximidade com a produção. Então o consumidor passou a ter um olhar assim ‘eu tenho dinheiro, sou eu que financio a associação, eu quero ter o produto’, e passou a não se importar com as dificuldades da produção e do próprio produtor.” Produtor 1, [abr. 2001]

Um movimento de desligamento dos consumidores da associação foi percebido, ao passo que cada vez mais supermercados e mercadinhos passavam a comercializar esse tipo de produtos, o que consistia em uma modalidade de compra muito mais conveniente do que aquela oferecida pela associação.

Esse êxodo de associados se fortaleceu, o que implicou em um enfraquecimento da associação como um todo, posto que, naquele momento, cerca de 7 anos após o início da operação, havia uma estrutura maior para ser mantida, com mais produtores, funcionários, matérias-primas, dentre outros insumos e recursos envolvidos na manutenção do formato de negócio.

Dificuldades administrativas aumentaram a um ponto irreversível, o que resultou na falência da instituição, obrigando a diretoria a decidir entre encerrar as atividades definitivamente ou mudar o formato de funcionamento. Resolveram, então, oferecer os produtos sem a necessidade de assinatura de contratos dos consumidores.

Buscaram o poder público, na figura da então deputada Luizianne Lins (PT) e pediram algum espaço em que pudessem organizar uma feira, tendo um sinal positivo como resposta. O local disponibilizado foi o Mercado dos Pinhões, e o dia da realização, a terça-feira, o que se dá até os dias atuais.

Atualmente, o consumidor não tem mais uma relação formal com os produtores. Qualquer pessoa que chegar hoje na feira, compra, embora os produtores ainda precisem assinar contratos para fornecer ao grupo. Portanto, o modelo de associação baseado no suporte formalizado dos consumidores aos produtores se tornou inviável, sendo reconfigurado para uma associação de produtores de produtos de base ecológica, incluindo aí os orgânicos.

Contudo, a feira acontece há 11 anos, desde 2010, e a ADAO continua sendo uma referência no mercado de orgânicos de Fortaleza. Em uma busca no site Google com as palavras-chave “ADAO” AND “orgânico” AND “CE”, em 26 de junho de 2021, que resultou em 1.760 ocorrências, incluindo matérias publicadas já neste ano, ao passo que no Facebook da instituição há 657 seguidores, embora a última publicação seja de 2016.

O relato sobre a trajetória da associação traz em si a fatalidade de ter sido atingida em seu elemento basilador, o contrato de associados, pelo modelo do comércio de conveniência. Contudo, seria este fato um indicativo de que os laços entre esses sujeitos se desfizeram? Ou, ao contrário, se reconfigurou diante de situações ambientais incontroláveis?

No próximo capítulo, adentraremos o espaço da feira da ADAO, o local em que é realizada, os cantinhos que a constituem, boxes, produtos, além das práticas, rituais e sociabilidades que lhe são característicos.

Um aprofundamento teórico, contudo, se faz necessário para que entendamos de que maneira essa entrada deve se dar, ou seja, como vamos observá-la e o que esperamos que ela nos conte.

Por fim, os sujeitos serão objeto de estudo. Pretendemos, através de suas falas sobre esse consumo, compreender os sentidos que circulam nesse lugar, e como eles se reconfiguram, alimentando circuitos de significados ainda maiores.

Precisamos, portanto, compreender esse espaço como um fenômeno comunicacional constituído por episódios de interação que se dão de diferentes maneiras, seja através de vendas permeadas por longas conversas ou pela simples escolha em estar ali, entre aquelas pessoas.

4 A PRODUÇÃO DE SENTIDOS EM UMA FEIRA DE ORGÂNICOS

Começamos o percurso no longínquo período neolítico, a fim de apresentar a importância das revoluções agrícolas, das transformações na forma de lidar com o ecossistema e conseguir tirar dela o necessário para a evolução da espécie.

Foi possível perceber, assim, que nossa vocação para o cultivo de víveres e a criação de animais, são, na verdade, resultado de mudanças, biológicas, sociais, históricas, econômicas, alcançadas graças à persistência de nossos ancestrais.

Contudo, revoluções agrícolas foram, igualmente, responsáveis pelo preocupante estado de degradação da natureza e das condições de trabalho no campo. O modelo de modernização empregado garantiu alta produtividade ao mesmo tempo em que gerou crises no setor agrícola, atingindo especialmente os pequenos produtores e a segurança alimentar das populações.

É neste contexto que os produtos orgânicos ganham um papel importante enquanto alternativa para os complexos agroindustriais, modelo que foi implantando através de políticas estatais para a ocupação e o desenvolvimento das atividades agrícolas nacionais, além de se mostrar adequado para a restauração e conservação dos ecossistemas.

Apresentamos também a ADAO, Associação para o Desenvolvimento da Agropecuária Orgânica, e as CSAs, Comunidades que Suportam a Agricultura, uma modalidade de comercialização em circuito-curto em que o consumidor se coloca como parte do processo produtivo, contribuindo para a manutenção desse mercado.

Foi possível, assim, compreender a importância desse modelo para o fortalecimento da produção de base ecológica, em especial a orgânica, por meio da proximidade entre produtor e consumidor.

Embora pioneira no Brasil, a trajetória da ADAO, objeto da presente pesquisa, foi marcada por uma falência financeira, o que forçou a reformulação do formato de comercialização para o de feira livre, modelo que se mostrou mais adequado e possibilitou a sobrevivência e longevidade do grupo.

A derrocada do modelo CSA foi creditada por seus integrantes a mudanças no mercado de orgânicos. O aumento na oferta e a comercialização em supermercados impregnou o consumidor de uma urgência que não é possível de satisfazer quando se lida diretamente com produtores.

Isso significaria, portanto, que alinhar alianças entre consumidores e produtores é algo inviável em uma sociedade centrada na ideia de atrair e satisfazer clientes? Os laços de reciprocidade entre esses sujeitos teriam se rompido definitivamente? O que teria restado dessa relação?

Esses foram os primeiros questionamentos que conduziram à construção da presente pesquisa, sobre as relações que se estruturam nesse espaço. Refletimos, posteriormente, sobre os significados que essa compra poderia ter para os seus frequentadores, e como as percepções a respeito do orgânico se atualizariam, positiva ou negativamente.

Nos propomos, então, neste capítulo, a investigar as práticas de consumo na feira da ADAO enquanto dinâmicas de construção simbólica. Observaremos a feira, os elementos que a constituem, seus fluxos e rituais, a fim de compreender como os sujeitos se apropriam desse local e dos produtos e os ressignificam.

Analisaremos, também, as sociabilidades que são constituídas na vivência desse espaço, os sentidos que emergem dessas interações e de que maneira eles produzem conteúdos compartilhados pelos sujeitos em seu cotidiano.

Por fim, aprofundaremos a nossa análise sobre os sujeitos e suas falas a respeito da feira, dos orgânicos, de suas dinâmicas de consumo e estilos de vida. Dessa maneira, perceberemos quem eles são e quais os imaginários acionados para viabilizar a escolha por consumir esses produtos nesse espaço.

As potencialidades e limitações do modelo CSA também emergirão, o que também nos interessa capturar e, assim, recolher ainda mais pistas sobre possíveis estratégias de fortalecer a agricultura de base ecológica e os que a constituem.

4.1 Pontos teóricos para pensar a feira

As feiras livres são espaços onde dinâmicas sociais de diversas naturezas fomentam trocas, simbólicas e materiais. Os sujeitos acionam uma multiplicidade de saberes e imaginários, ao mesmo tempo em se apropriam dos conteúdos que ali circulam, produzindo sentidos que são empregados na constituição de suas subjetividades e estilos de vida. (ALMEIDA, 2009)

Relações sociais são construídas e se fortalecem através dos diversos modos de sociabilidades acionados pelos sujeitos para viabilizar essa experiência do cotidiano. Por detrás de uma aparente objetividade, todo um universo simbólico se expande através desses contatos heterogêneos. (SIMMEL, 1983)

A trivialidade das comunicações naquele espaço, geralmente dialógicas, embora não apenas, viabiliza as relações comerciais, mas também nutre seus frequentadores com saberes e os capacita, como um dispositivo que articula e é articulado através desses contatos. (AGAMBEN, 2005; BRAGA e. all, 2017)

Assim, o comum é acionado por esses sujeitos, formando uma comunidade que partilha os conteúdos simbólicos inerentes aos bens de consumo e seus modos de produção e manufatura, às materialidades típicas do local, como as certificações legitimadoras, aos seus saberes, valores e histórias de vida. (SODRÉ, 2014)

Enquanto espaço de interação nos quais seres humanos se engajam em seu cotidiano, a feira pode ser considerada um fenômeno comunicacional, reorganizado a cada episódio, envolvendo circunstâncias, processos e objetivos próprios. (BRAGA, 2017)

Isso porque a comunicação pode ser entendida como um dispositivo interacional, posto que acontece a partir do compartilhamento entre diferentes e de maneira performativa, se constituindo tentativa, canhestra, sem garantias ou controles sobre os resultados, seja pelas diferenças entre os interlocutores, pela complexidade do ambiente em que acontece, físico ou virtual, ou das questões possam ser levantadas. (BRAGA, 2017)

Admite-se, dessa forma, a imprevisibilidade como característica das práticas comunicacionais, desligando-a dos resultados, garantindo, apenas, que ela acontecerá, pois os interlocutores sempre tentarão alcançar seus intentos. (BRAGA, 2017)

Portanto, o comunicacional existe não apenas nas interlocuções de alto valor, do processo bem-sucedido, em lugares que estão sob o controle do “emissor”, quando se obtém a resposta esperada, mas em todas as trocas, mesmo nas mais difusas, dispersas, conflituosas, aparentemente despropositadas, em que não é possível afirmar que exista sucesso ou coerência na interação. (BRAGA, 2017)

Uma outra característica da comunicação enquanto dispositivo interacional é o seu caráter transformacional. A partir do que já foi “posto na mesa”, assimilado de maneira inferencial, apropriado e reconfigurado pelos interlocutores, surgem matérias-primas para

novos compartilhamentos que também incorrerão no mesmo processo, embora não se possa garantir quais resultados serão alcançados. (BRAGA, 2017)

Observar a comunicação pelo seu aspecto interacional implica em perceber que ela vai se constituir processual, e, nesse caso, baseada em *inferências*, artifícios de interpretação dos sentidos daquilo que é compartilhado entre os interlocutores, e *códigos*, referências em comum acionadas para possibilitar tais trocas. Estes viabilizarão as trocas entre os sujeitos a cada episódio, recorrentes ou não, mas sempre socialmente constituídos. (BRAGA, 2017)

Contudo, não se deve ter a pretensão de tentar encaixar cada elemento percebido no episódio como código ou inferência, tratando esses conceitos como categorias analíticas. É mais importante atentar-se às dinâmicas que caracterizam o espaço, físico ou virtual, e, assim, observar lógicas, processos, articulações e tensionamentos. (BRAGA, 2017)

Assim, o fluxo comunicacional será admitido mesmo em suas discontinuidades, e não como um vai-e-volta de informações restrito a emissores e receptores, cada qual limitado em seu papel. Reconhecemos, portanto, que o dinamismo das interações nos interessa, pois aceitamos que seu conteúdo pode vir de qualquer lugar da sociedade e transcender o espaço em que as trocas acontecem.

Ao seguir adiante, o produto das interações, resultado de sentidos apropriados e ressignificados pelos sujeitos, circularão por onde forem acionados, sofrendo novas atualizações, sem se limitar a um propósito específico. Ele pertence aos grupos sociais a partir da maneira como o legitimam.

Conforme o exposto, este trabalho se apropria do pensamento de Braga (2010, 2012, 2017) sobre a comunicação enquanto dispositivo interacional para tentar capturar os sentidos que circulam através das interações características da feira da ADAO.

Objetivamos, portanto, desentranhar o comunicacional, através da observação dos elementos constituidores do espaço, dos seus rituais, das performances e falas de seus frequentadores e organizadores, e assim perceber onde há a presença de códigos ou processos inferenciais.

Será possível compreender também o que transborda para outros ambientes, outros circuitos. Dessa maneira, poderemos compreender quais conteúdos circulam, a partir da feira, e atualizam os sentidos sobre o papel e a importância do consumo de produtos orgânicos, ou de práticas relacionados a isso, que acabam por se coadunarem de alguma forma.

Assim, poderemos analisar esse espaço a partir de três perspectivas diferentes: 1) como um dispositivo interacional; 2) como um circuito, considerando consumidores, expositores e organizadores, eles próprios, dispositivos interacionais, pois articulam ao redor de si outras interações; e 3) enquanto nó constituidor de outros circuitos. A feira se torna, portanto, multidimensional. (BRAGA, 2017)

Teremos, portanto, a possibilidade de observar com as lentes da comunicação os conteúdos simbólicos produzidos no ambiente do circuito-curto, modalidade de comercialização que empodera a produção agrícola de base ecológica.

4.2 Antes de mais nada, os contextos

Esta é mais uma pesquisa atravessada pelo surgimento do que tem sido chamado de “novo normal”, o cotidiano reestruturado a partir de uma realidade pandêmica, com a circulação e vivência das pessoas comprometidos pelo risco de contágio da COVID-19.

Soma-se à crise sanitária, que se instalou em solo brasileiro no final de fevereiro de 2020 e ainda está em curso, com o avanço rápido da doença e a lentidão e ineficiência das respostas preventivas e de tratamentos, retração econômica, demissões em massa e grupos minoritários tendo a sua sobrevivência ameaçada constantemente, em especial pela falta de políticas públicas que o protejam de maneira efetiva.

Por isso, antes de adentrar o espaço da feira e apresentar relatos e impressões de seus frequentadores, é importante pontuar as transformações sociais que ocorreram no período da pesquisa para tornar evidentes os desafios ultrapassados e, também, as curvas e desvios necessários à realização desta.

Começamos pela condição da pesquisadora, que foi fortemente atravessada pela pandemia. Mãe solo de uma criança menor de três anos, vivenciamos longos períodos sem uma rede de apoio que permitisse o desenvolvimento célere da pesquisa devido à necessidade de reclusão e ao fechamento necessário das escolas. Assim, vivenciamos ainda mais fortemente as desigualdades de gênero que acabaram se tornando mais evidentes e mais graves nesta situação de crise social.

Entramos em campo em abril de 2019, empreendendo a observação participante. Contudo, por conta dos decretos do governo cearense a fim de minimizar as possibilidades de contágio da população pelo coronavírus, o funcionamento da feira foi suspenso diversas vezes.

Esses períodos de inatividade no modo físico, que era o que pretendíamos investigar, foi deflagrado pelo decreto estadual Nº 33.608, de 30 de maio de 2020, que instituiu o primeiro período de isolamento social rígido e definiu a suspensão das atividades das feiras de ruas, decisão revogada pelo de Nº 33.845, de 11 de dezembro de 2020.

Posteriormente, o isolamento social rígido foi retomado com o decreto estadual de Nº 33.965, de 04 de março de 2021, e as atividades só puderam recomeçar em dia 20 de abril de 2021, com o relaxamento da medida.

Neste período de inatividade no formato físico, o grupo pôde comercializar os produtos em de modo virtual, por meio da apresentação uma lista de itens disponíveis, precificados, pelo aplicativo *Whatsapp*, o pagamento sendo feito apenas em dinheiro e no momento da entrega, que era proporcionada pela associação no endereço indicado por cada cliente.

Antes da suspensão, a feira começava às 5h e se encerrava às 13h, nas terças-feiras, com exceção de feriados, no Mercado dos Pinhões. Os frequentadores, cada um a seu modo, chegavam no espaço, efetuavam suas compras, cumprimentavam e conversavam com os conhecidos, usufruíam do ambiente e das interações, ritualizavam a vivência no comércio, e depois partiam para o seu cotidiano.

No retorno às atividades após o período de suspensão, os frequentadores precisaram se adaptar a uma realidade distinta: o horário passou a ser 10h às 16h, o fechamento mudando, posteriormente, para as 14h, por falta de público após esse horário. De fato, um movimento relevante acontecia até, no máximo, 12h, como foi possível perceber durante as visitas a campo nesse período.

O local de funcionamento também mudou. A feira foi transferida para o Mercado Cultural dos Pinhões, uma estrutura que funciona como anexo, na rua Nogueira Acioli, ao lado do Mercado dos Pinhões.

O novo local impôs uma reorganização da feira de modo a ocupar os seus três corredores, separados por fileiras de salas. Assim, os orgânicos foram expostos no espaço principal, um grande salão na entrada do prédio, e os boxes de produtos correlatos ficaram nos corredores laterais.

Além de uma disposição espacial que afastava os comerciantes, diferente do antigo modelo, em que ficavam todos no mesmo vão, a arquitetura do anexo deixava alguns pontos expostos ao sol, o que criava um ambiente desconfortável por causa do calor sempre crescente.

Embora muitos frequentadores se mostrassem satisfeitos com o retorno da feira, era nítida a diferença de quantidade de público em relação à realidade anterior. Já no mês seguinte, em maio, a feira foi autorizada a utilizar o antigo local, o Mercado dos Pinhões, e, ainda que em um horário diferente daquele tradicionalmente conhecido, foi possível notar uma quantidade maior de frequentadores, inclusive após às 12h.

Foi nesse contexto, durante os meses de abril e maio de 2021, que se deu a aplicação de questionários durante o funcionamento da feira e a maior parte das entrevistas em profundidade com consumidores, produtores e expositores.

Ela ainda estava funcionando no anexo, o espaço temporário, e isso implicou em um grupo menor de respondentes do que o esperado. Contudo, a aproximação de pensamentos entre esses sujeitos se deu na maioria das respostas, o que permite inferir que se trata de um retrato do que pensa a maioria dos frequentadores.

Outras tantas conversas foram travadas durante todo o período da pesquisa, inclusive com funcionários que compunham órgãos de Extensão Rural, como a Emater-CE, e integrantes da Caritas Ceará, a fim de construir maior entendimento sobre o mercado de orgânicos no estado, seus desafios e possibilidades.

Vale ressaltar a dificuldade de entrevistar em tempos de pandemia. Mesmo paramentados de *faceshield*, máscara e higienizações constantes das mãos e do material, o medo das pessoas, somada à pressa em fazer as compras, exigiram agilidade e assertividade para colher as respostas.

Por isso, optamos por gravá-las em um aplicativo de celular, ao invés de serem escritas em papel pelos entrevistados, o que poderia ser visto como risco de contágio e diminuir seu interesse em participar do levantamento.

Ao mesmo tempo, acompanhar de perto as respostas nos permitiu observar aspectos que são descartados diante da objetividade da escrita. Expressões faciais, interjeições e comentários aleatórios denunciavam uma surpresa sobre algumas perguntas e revelavam a sensação de obviedade daquelas respostas, em especial sobre a pertinência do consumo de orgânicos.

Esses elementos também nos ajudaram a desentranhar os imaginários por detrás dessa prática, abrindo espaço para outros questionamentos e comentários não previstos, enriquecendo a interação, para além da formalidade do procedimento.

As entrevistas em profundidade com consumidores e com os expositores possibilitaram aprofundar impressões que se tornaram evidentes no questionário aplicado na feira, permitindo compreender a feira, de fato, como parte de circuitos em que circulam sentidos não apenas sobre orgânicos, mas sobre modos de viver em consonância com demandas políticas, ambientais, econômicas e sociais específicos, conforme vislumbramos nos capítulos anteriores.

Então, a presente pesquisa se deu nesse contexto de mudanças constantes e inesperadas, o que implicou em redirecionamentos e na necessidade de lidar com situações desafiadoras. Contudo, ainda assim, foi possível construir um conhecimento relevante. Esperamos ajudar o segmento a perceber suas potencialidades e limitações.

Convidamos o leitor a alinhar o pensamento sobre o que pretendemos observar nessa feira, e como essas visadas nos ajudarão a entender os sentidos atribuídos a esse consumo, bem como de que maneira estes interferem na prosperidade do setor.

4.3 Como entramos em campo

Trago de Guber (2012) uma constatação importante sobre a Observação Participante em feiras livres: não é possível não se implicar. Torna-se essencial sentir na pele o que vive um sujeito naquele espaço.

Embora o *flaneurie*, isto é, o livre circular, seja importante, seguindo a tradição etnográfica, muitas das percepções mais relevantes surgiram enquanto nos colocávamos em fila, escolhíamos os produtos, percebíamos dúvidas sobre eles, buscávamos ajuda para solucioná-las.

Nesses momentos, nos comportávamos como comprador, mas também observávamos, e, assim, entendíamos a importância, naquele local, das interações. Foi possível compreender que aquelas pessoas não estavam ali apenas para a compra utilitária, objetiva, mas para algo além disso.

Depois das compras, nos sentávamos nas mesas, ou em um dos bancos do mercado, os mais afastados, para poder observar o ir e vir dos frequentadores. Nesse momento, lançávamos mão do nosso diário de bordo, parceiro de pesquisa, para registrar, *in loco*, as impressões que surgiam, ou, também, para analisar os demais frequentadores e perceber se havia alguma semelhança entre nossos comportamentos.

Nesses bastidores improvisados, onde se tornava possível desmontar a fachada de consumidor e assumir o papel de pesquisadora, ouvíamos e víamos com atenção, ao mesmo tempo em que podíamos ensaiar algum vínculo com aqueles que eram observados. Dessa forma, perguntas surgiam como resultado da vivência integral naquele espaço. Sem essa performance, aliada à observação do ambiente, não seria possível formulá-las. (GOFFMAN, 1985)

Bizerril (2004) chama atenção para o inter cruzamento da empiria, da teoria e da criação dos vínculos para o desenrolar coerente de uma etnografia. De um lado, é preciso a escuta treinada, a capacidade de observação específica, a familiaridade com teorias relevantes à pesquisa. Mas, de outro, torna-se essencial o estabelecimento de ligações emocionais e relações de reciprocidade que permitam o acesso ao espaço e a experiência do que vivenciam os “nativos”.

Uma das primeiras percepções que tivemos foi que escolher alimentos, sejam vegetais ou produtos processados, refere-se a maneiras de expressar afetividades. O consumo de alimentos se trata de um “ato de amor”, um dos principais meios pelos quais as relações entre os membros de um grupo familiar são reforçadas e atualizadas, constituindo-se em valorização e cuidados. (MILER, 2002)

A comida suscita afetos, e, assim, sentidos são acionados e se constroem por de trás de uma prática aparentemente racional, como o consumo. Quanto à feira da ADAO, estes se constituem a partir do inter cruzamento dos elementos materiais e imateriais característicos daquele lugar, pois são eles os portadores desses significados. (MONTANARI, 2008),

Antes de defini-la como objeto da presente pesquisa, já éramos frequentadores da feira da ADAO. Ao menos uma vez por mês, adentrávamos o Mercado dos Pinhões a fim de adquirir os orgânicos e os demais produtos ali comercializados. Sentíamos, assim, a satisfação que essa escolha traz, seja pelos produtos naturais adquiridos, seja pela chance de vislumbrar a centenária estrutura de ferro do mercado.

Após alguns meses vivenciando a experiência de compra em outros lugares e, até mesmo, entrando em campo para investigar mais a fundo a feira organizada pelo Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST-CE), no bairro São João do Tauape, que acontece mensalmente, foi possível definir a ADAO como objeto de pesquisa devido às especificidades do local.

Nesse momento, passamos a empreender um olhar diferente ao espaço, a fim de capturar as peculiaridades que o olhar do frequentador não percebia, por fazer parte da experiência, não causando estranheza. Assim, outras percepções novas emergiram, especialmente quanto a dificuldades e limitações.

Algumas delas estavam relacionadas aos aspectos financeiros, como preço e forma de pagamento. Os valores dos produtos, em média trinta por cento mais altos que os produzidos através do modelo convencional de agricultura, com o uso de substâncias químicas e sementes alteradas, somado à obrigatoriedade do custeio apenas com dinheiro, implicava em um nível de planejamento prévio mais complexo do que aquele necessário para compras em supermercados.

Eleger a feira como principal fornecedora de alimentos, em especial os vegetais orgânicos, perecíveis, também demandava abastecer a geladeira com quantidade suficiente para o consumo, *in natura* ou após a cocção, durante toda uma semana e, assim, ser viável aguardar a data seguinte para renovar as compras, logística que se mostrou desafiadora.

As facilidades do supermercado, seja o horário, seja formas de pagamento, ou ainda a diversidade de opções de produtos, captura o consumidor, o que nos fez inferir que a predileção por comprar orgânicos na feira da ADAO, submetia-se a arranjos de rotina para viabilizar a fidelidade, e que isso não teria motivações apenas racionais.

Na posição de pesquisadora, recebemos aprendizados novos sobre um mundo diferente. A cada nova interação, percebíamos experiências particulares que se coadunavam por terem aquele lugar como espaço comum, remetendo a diferentes histórias sobre escolhas de novos modos de viver por detrás da seleção do que comer.

Assim, municiados de informações conceituais e metodológicas, convidamos o leitor a adentrar a feira, conhecer seus cantinhos, ouvir seus personagens e compreender, por si só, a relevância desse espaço para pautas que ultrapassam o ambiente de consumo, e que precisam ser visibilizadas para terem força e relevância em sua completude.

4.4 A herança comercial do Mercado dos Pinhões



Imagem 3.1: Entrada do Mercado dos Pinhões, à Avenida Nogueira Acioli

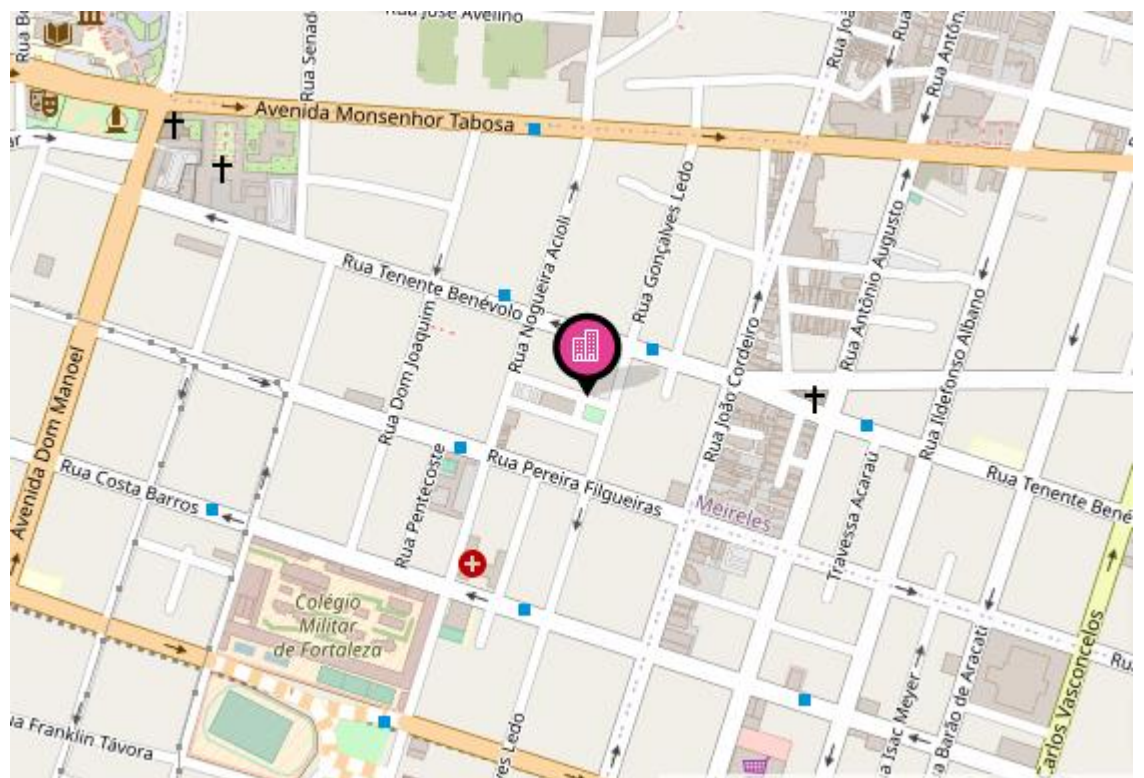


Figura 3.2: Localização geográfica do Mercado dos Pinhões

Em uma região fronteira entre os bairros Aldeota, Praia de Iracema e Centro, vê-se a grande estrutura de ferro, conhecida como Mercado dos Pinhões, cuja história é marcada tanto pela vocação para o comércio quanto por idas e vindas. O nome faz referência ao matagal de árvores de pinhão-roxo que circundavam o local na época de sua montagem, na década de 1930. (MAIA; PAZ, 2018)

Do final do século XIX até as primeiras décadas do século XX, Fortaleza vivenciou uma expansão da vida urbana com a consolidação de uma burguesia ligada ao comércio e à produção algodoeira, oportunidade que surgiu com o flanco no abastecimento mundial deixado pelos americanos após ser deflagrada a Guerra da Secessão, o desenvolvimento de uma classe média composta por pequenos comerciantes e a migração de um grande contingente populacional vindos de cidades do Interior do Estado, formando uma grande massa de trabalhadores braçais. (MAIA; PAZ, 2018)

Esse período ficou conhecido como a *Belle Époque* fortalezense devido à grande influência do estilo de vida dos franceses sobre os hábitos e costumes de uma elite em formação na capital do Estado. Na verdade, a França era a grande referência para todo o país, fato que fica evidente quando se observa a arquitetura das grandes cidades constituída nessa época. Os grandes mercados de ferro fazem parte dessa herança cultural, origem do Mercado dos Pinhões. (MAIA; PAZ, 2018)

O antigo Mercado de Ferro, composto por duas estruturas metálicas que formavam um L, foi inaugurada em 1897, na Praça do Comércio. Tanto o projeto como a edificação foram encomendados à oficina francesa *Guillot Peletier*, de Orleans, a mesma responsável pela produção e montagem da Torre Eiffel, oito anos antes. (MAIA; PAZ, 2018)

Vendia-se verduras, frutas, carnes, grãos e outros gêneros alimentícios, espalhados em estações nos dois pavilhões, que abasteciam os bairros próximos. Possivelmente devido à paulatina mudança dessa população, de natureza residencial, para locais mais afastados, por conta do desenvolvimento pujante do comércio no Centro da cidade, o Mercado foi perdendo a sua função, o que culminou, em 1936, com o desmonte e transferência das duas estruturas para locais diferentes, onde foram remontadas: uma no bairro Aerolândia e a outra, na praça Visconde de Pelotas, em outro lugar do Centro da cidade. (MAIA; PAZ, 2018)

Durante anos, as duas estruturas se deterioraram a olhos vistos. Diversos projetos propondo reformas eram iniciados, mas não chegavam a ser concluídos. Apelos da população eram constantemente noticiados pelos meios de comunicação, embora com frequência inferior

à gravidade daquele desperdício, marcando o abandono à própria sorte de monumentos históricos da nossa capital. (MAIA; PAZ, 2018)

A grande reforma veio em 1998. Na ocasião, recebeu o nome de Mercado das Artes, embora o antigo termo, Mercado dos Pinhões, seja a alcunha reconhecida por todos. Trata-se de um bem cultural tombado pela Prefeitura de Fortaleza, instituído por meio do Decreto Municipal 11.962, de 11 de janeiro de 2006.

Dois anos depois, o Mercado dos Pinhões foi reinaugurado e entregue, novamente, ao usufruto da população. A partir de 2005, uma vasta programação cultural, composta de shows musicais, festivais de naturezas diversas, dentre outras atrações, passou a ser implementada, ficando a administração do equipamento por conta da Secretaria Municipal da Cultura de Fortaleza, a SECULTFOR. (MAIA; PAZ, 2018)

A feira começou a ser organizada nesse local em fevereiro de 2011. Foi através da relação entre integrantes da associação e a parlamentar Luizianne Lins (PT), então prefeita de Fortaleza, que se conseguiu a concessão do espaço, e logo se firmou como parte da programação fixa de eventos do espaço.

4.5 Subindo as escadas, entrando na feira

É comum flagrar alguns frequentadores contemplando o grande portal de entrada enquanto organizam o que é preciso para adentrar o espaço e realizar suas compras: a sacola retornável, as chaves do carro, o celular, o dinheiro, mostrando ser difícil fugir ao arrebato provocado pela vista da estrutura centenária.

Na escadaria do mercado, a primeira zona de comercialização e convivência que encontramos quando entramos no mercado costuma ficar uma van de um produtor de ovos caipira e um expositor de frutas não associados à ADAO, mas apenas parceiros. Este local desperta inseguranças quanto a legitimidade dos produtos, conforme fica evidente na fala de alguns frequentadores quando passam por esse local.

Em seguida, avista-se uma espécie de corredor curto, formado pelos boxes do mercado. Este espaço possui diversas funções: é pouso para a chegada na feira, é o último percurso antes de ir embora e, também, uma zona de sociabilidade que convida a sentar a contemplar, interagir, lancha antes de partir, ou aprender um pouco mais com os vendedores.

Do lado direito ficam duas bancas onde se podem encontrar produtos processados. Um pertence à Paulinha e seu marido, que vendem pães integrais e veganos, ovos caipiras, e outros processados de diferentes naturezas, como azeites, cuscuz orgânico, folhas e misturas para chá, manteigas *ghee* entre outros.

Ao lado, fica o box de Wagner Pedrosa, diretor financeiro da ADAO e, pode-se afirmar, principal interlocutor da associação. Em seu espaço, uma variedade de processados produzidos por ele próprio em sua propriedade desperta a atenção. Compotas, geleias, patês, molhos, frutas cristalizadas, cogumelos, carne de jaca e de caju, oleaginosas, além das PANCs, como *óra-pró-nobis* e guaco, e raízes, como gengibre.

O conjunto de produtos vendidos nos dois espaços é diversificado, mas não coincide, o que reforça a gama de opções para os consumidores, ao invés de colocar esses comerciantes em posição de concorrência. Agem, portanto, em forma de colaboração, a fim de oferecer aos consumidores novidades que tornem o espaço um ponto comercial relevante para seus compradores.

Ao mesmo tempo, esses produtos correlatos, que proporcionam um abastecimento completo de opções saudáveis e alinhadas a modelos de alimentação relacionadas a práticas ativistas, como o veganismo, proporcionam experiências e aprendizados sobre modos de alimentar, fazendo circular conhecimentos diferentes a cada edição.

Do outro lado, avista-se o box que abastece a feira com comidas prontas para o consumo no local. Serve à função de lanchonete, o que contribui para uma experiência mais completa e confortável da feira. No balcão do box ficam expostos os alimentos: cuscuz, tapioca, bolos, tipos diferentes de cada um. Café, suco e outras bebidas são alocados, ou preparados, no interior do box. A Luzia, arrendatária, e uma assistente fazem o atendimento.

Mesas ficam disponíveis na frente desse box, em média 10, com 4 cadeiras cada uma, convidando a sentar e apreciar os alimentos, o próprio local e o seu movimento. Seja na chegada ou no fim das compras, os consumidores costumam se acomodar nesse espaço. É costume que pessoas desconhecidas se sentem juntas quando necessário, para que ninguém fique desacomodado, criando oportunidades para que estranhos se conheçam e interajam.

Mais à frente, ficam os vegetais orgânicos. Este é a região principal da feira, onde se encontra o motivo pelo qual, em tese, todas aquelas pessoas ali estão, e, por isso, pedem

maior cuidado na organização por parte dos organizadores, além de ter materialidades que precisam constar por conta das obrigatoriedades institucionais a respeito dos orgânicos.

Os produtos ficam expostos em caixotes de plástico, organizados em forma de uma ferradura, o que gera um fluxo da direita para a esquerda, como se houvesse um corredor a ser percorrido.

São ordenados por categorias, sendo costume estabelecer um preço específico para cada uma delas. As frutas vêm primeiro, algumas expostas em embalagens, depois folhagens, leguminosas e, por fim, tubérculos, cocos e outros vegetais mais pesados e volumosos. Essa ordem pode mudar a cada edição.

À direita, o início da ferradura, ficam também carrinhos de supermercados e rolos de sacos plásticos do tipo que os supermercados oferecem para separar vegetais. Já sacolas plásticas, aquelas utilizadas para carregar compras, não são ofertadas.

Os sacos plásticos se destacam como uma espécie de conforto que o mercado oferece para os frequentadores. Aos que surgem na pesagem sem um meio para carregar as compras além das próprias mãos, os funcionários costumam organizar tudo nesses sacos, o que facilita o transporte.

Os ajudantes se ocupam não apenas de reorganizar a feira, mas de dar suporte aos consumidores. Acomodam os itens em sacos menores para dinamizar pesagem e pagamento, carregam sacolas e caixas dos que precisam de ajuda para transportar suas compras até a saída do mercado, especialmente quando se trata de idosos, o que é boa parte do público.

Os padrões de comportamento se estruturarão, também, a partir da disposição dessas materialidades, carrinhos e saco na direita, balança e caixa na esquerda, indicando como deve se desenrolar a representação nesse espaço e os compromissos com os quais o grupo se coaduna, como a preocupação com a quantidade de plástica no local. (GOFFMAN, 1985)

Assim, podemos olhar um outro elemento material muito usado pelos frequentadores como forma de se ajustar ao imaginário sobre o adequado modo de consumir nesse local: a sacola retornável. Certo dia, contabilizamos, no intervalo de uma hora, 30 clientes portando a sua na estação de pesagem dos vegetais, o que era uma quantidade considerável naquele momento.

Por fim, na ponta esquerda da “ferradura”, fica a balança e o caixa, marcando o fim do percurso da compra. Os produtos são pesados e contabilizados por categoria, e depois o

frequentador se dirige ao caixa com o papelzinho da calculadora comercial, onde constam os valores de cada categoria e a soma total.

É anunciado, neste momento, que o pagamento só pode ser feito em espécie. Fazem assim para que os produtores recebam os valores da feira no mesmo dia, e sem os abatimentos que as operadoras de cartão de crédito aplicam.

Quem ultrapassa o valor fica sabendo, na hora também, que pode pagar a diferença com cartão de crédito na maquineta utilizada por Pedrosa para receber pagamentos em seu box. Basta se dirigir até ele, informar o ocorrido, o valor a ser pago, disponibilizar um cartão e a questão estará resolvida. O nome do consumidor é anotado em um caderno, com o valor já pago em dinheiro e aquele complementado no cartão de crédito.

Vivenciamos tal situação, o que nos causou surpresa e apreensão em um primeiro momento, pelo receio de ficar devendo justamente no local que se estuda e, assim, dificultar a construção de laços de confiança com os nativos. Porém, diante da solução proposta, pudemos resolver o pagamento sem maiores danos. Cerca de 10 nomes já constavam na folha de papel, e o nosso foi registrado em seguida.

Considerando que o valor cobrado por produtos orgânicos, não é pouco dinheiro o que o frequentador precisa carregar para adquirir alguns vegetais mais relevantes no preparo de alimentos. Essa inferência foi confirmada durante a aplicação da pesquisa com a declaração da média gasta no local, geralmente mais de cem reais. Conforme apontamos anteriormente, a presença na feira precisa ser pensada e preparada com antecedência.

Outro elemento importante na composição desse cenário é o documento emitido, por meio de auditoria, certificando a procedência dos vegetais ali vendidos, que costuma estar fixado em uma grade ao lado do caixa.

Embora seja obrigatória, sob o risco de consequências legais graves para quem não possuir, trata-se de um mecanismo que ainda está construindo a sua legitimidade, o que acontece à medida que se torna popular, divulgado e aceito por produtores, varejista e, finalmente, pelos consumidores. Tivemos a percepção de que esse processo está em curso quando questionamos se os consumidores conferiam o documento antes de fazer as compras, ali ou em outro local, e estes declararam escolher os pontos de venda pela confiança no produtor, o que significou para a maioria dos respondentes nunca ter checado a certificação da ADAO.

Junto a esses documentos, são fixadas também as ofertas de Cestas de Itens Pré-Definidos. Principal produto ofertado enquanto a ADAO funcionava no formato de associação, continua existindo, podendo ser adquirida na hora, sem prévia encomenda, e pelo valor de 31 reais. Após a solicitação, os vegetais são separados, acomodados em caixas e, então, o pagamento é feito.

No decorrer da feira, o alvoroço do início vai diminuindo, com menos frequentadores circulando entre os produtos. Uma equipe de três ajudantes reorganiza constantemente a exposição de produtos, concentrando os que sobram em poucos caixotes, o que faz a ferradura encolher. A feira vai, então, mingando, e, pouco antes das 13h, fica evidente que o serviço do dia acabou.

4.6 Sociabilidades, rituais e fluxos construindo sentidos

Há diversos estudos considerados clássicos no campo das Ciências Sociais e da Antropologia sobre a importância das trocas, e dos locais onde estas acontecem, para a estruturação das sociedades e de suas dinâmicas particulares. (MALINOWSKI, 1978; GEERTZ, 2012).

Com o propósito de viabilizar o abastecimento desses locais e a comercialização das mercadorias, redes de relações sociais se estruturam, implicando em divisões de trabalho específicas, políticas próprias de financiamento e toda uma cadeia de fornecedores e de modos de manufatura.

As sociabilidades são centrais para a manutenção dos mercados, pois permitem que se estabeleçam e se desenvolvam laços sociais entre todos esses sujeitos, consumidor-produtor, produtor-produtor, consumidor-consumidor, tendo como pano de fundo as práticas de consumo. (SIMMEL, 1983)

Contudo, esses lugares não são relevantes apenas para vendedores e compradores. O simples ato de circular e observar um determinado local também se constitui uma forma de consumo, implicando em gestos, condutas, ações e comportamentos considerados apropriados, o que evidencia o aspecto performativo dessa prática. (REIS, 2019)

Isso significa, portanto, que os modos de circular em um espaço de comércio acionam sistemas culturais relacionados à experiência, materializados em sequências ordenadas

e padronizadas de palavras e atos, aproximando essa prática do que se entende como um ritual (PEIRANO, 2003).

Por serem performativas, as ações rituais costumam ter graus variados de convencionalidade, rigidez, fusão e repetição, ao mesmo tempo em que acionam e materializam crenças culturais. Tornam-se, portanto, mecanismos comunicacionais, pois, a partir deles, é possível aos sujeitos tomar conhecimento de ideais e projeções, perceber dilemas e, nesse processo, empreender mudanças e transformações. (PEIRANO, 2003)

A percepção da ritualização que implica a vivência na feira da ADAO se evidenciou quando, depois de muito ouvir de alguns frequentadores um lamento por não ter conseguido chegar cedo e pegar os vegetais mais frescos, decidimos chegar às 4h30 e, assim, acompanhar a montagem desde o início e o movimento nesse primeiro momento da feira.

Com o carro parado na frente do mercado, foi possível observar a aproximação dos primeiros frequentadores, que chegaram alguns minutos antes do horário de abertura, também dirigindo seus veículos. Neste momento, os integrantes da ADAO já estavam dentro do mercado organizando os caixotes no conhecido formato de ferradura, colocando próximos os itens de categorias afins.

Nesse horário, os portões que dão para a Rua Nogueira Acioli já estavam abertos, permitindo que os recém-chegados se acomodassem nos bancos que ficam nos primeiros metros do Mercado, após a subida das escadas. Contudo, uma fileira de carrinhos interrompia o fluxo, na altura dos boxes da lanchonete e de Pedrosa, indicando que a feira ainda não havia começado.

Contudo, às 5h, suposto horário de abertura, a barreira improvisada continuava lá, impedindo a passagem dos que já aguardavam havia vários minutos pelo início da feira. Muitas pessoas, mais de trinta, pelo menos, estavam sentadas nos bancos, ou em pé encostadas nas estruturas de ferro, e um burburinho sobre o incômodo daquela espera foi ficando mais audível, especialmente o comentário de que ainda faltava muito para a arrumação terminar.

Alguns frequentadores comentavam entre si sobre atrasos que teriam em outras atividades programadas para o dia, a sensação de perda de tempo diante daquela espera, a demora que ainda enfrentariam para fazer a compra e lamentavam porque os produtos acabariam sendo muito “revirados”, justamente o que tentaram evitar chegando mais cedo.

Conforme o previsto, a fila no início do circuito de vegetais era longa às 6h da manhã, pouco tempo depois que a fileira de carrinhos foi, finalmente, desmontada, para dar

passagem aos presentes. Logo se formou, também, uma aglomeração na estação de pesagem e pagamento das compras, e era bastante comum as expressões demonstrando impaciência e desconforto.

Observar o encadeamento de fatos que vivenciaram os que chegaram mais cedo naquela ocasião nos permitiu ter maior entendimento sobre a sequência de ações necessárias que esses sujeitos empreendam seus rituais de compra e, também, as dificuldades inerentes a esse processo em momentos diferentes de realização da feira.

Na posição de pesquisadora, nos colocamos disponíveis e interessadas em vivenciar o máximo de experiências possíveis, afinal, o objetivo é tentar compreender, sob diferentes perspectivas, o que sentem os nativos. Contudo, de fato, percebemos que houve um dispêndio de energia que, de outra forma, poderia ser entendido como sacrificante.

Chegar tão cedo, no horário de abertura, implicou em uma consistente organização prévia tanto de materiais quanto de movimentos. Roupa, sacola, dinheiro e mesmo o transporte a ser utilizado precisaram ser pensados ainda na noite anterior, para não haver qualquer atraso na manhã seguinte, posto que o horário de entrada estava definido e não dependia da nossa disponibilidade.

Embora não houvesse trânsito durante a madrugada, seria preciso dirigir com muito cuidado e por vias principais para evitar motoristas imprudentes, no primeiro caso, e possibilidade de assalto, no segundo. Pouco fluxo de carros também tem seus riscos.

Além disso, era necessário programar o horário do retorno, ou seja, o *deadline* de permanência na feira, posto que aquele horário, 5h da manhã, é uma espécie de pré-começo do dia. Ao chegar em casa, ainda haveria café da manhã para tomar, em muitos casos, filhos para aprontar e levar à escola, trajas de trabalho a serem vestidos, horário de entrada no serviço a ser cumprido.

Ao refletir sobre todas essas etapas que envolvem a chegada na feira, o processo de compra e o que é necessário cumprir após a saída do local, fica mais fácil compreender a irritação de algumas daquelas pessoas: além da frustração em ver o esforço feito para chegar cedo dar errado, havia o comprometimento do restante do dia.

É possível inferir, portanto, que a vivência naquele lugar implica ritualizações e performances, pois estas viabilizam a experiência de consumo, dada às condições em que a feira se constitui, com local, horário e frequência delimitados.

Torna-se necessária, também, uma estrutura mínima para aquisição, acomodação e transporte dos produtos, além do respeito aos horários e, a cada semana, as mesmas atitudes precisam ser tomadas, constituindo, assim, o aspecto ritual inerente à essa experiência de compra nesse lugar.

Curiosamente, Wagner Pedrosa, diretor financeiro da ADAO e proprietário de um dos boxes ativos durante a feira e uma das principais lideranças da associação na atualidade, não se mostrava incomodado ou preocupado com os comentários dos clientes. Questionado sobre os atrasos, disse que as pessoas entendiam e voltariam depois, afinal, não era apenas comércio, era muito mais (palavras dele).

Nas semanas seguintes, os clientes que reclamaram ainda frequentavam o lugar, no mesmo horário, inclusive. Isso nos faz inferir que o interlocutor tinha razão: havia uma relação diferente daquelas pessoas com a feira.

É possível perceber o aspecto ritualístico da vivência na feira, também, quando observamos o fluxo empreendido pelos frequentadores ao circularem pelos diversos espaços que compõem aquele lugar. São zonas de comercialização constituídas através de diferentes tipos de sociabilidades, interações estas que promovem trocas e permitem que relações sociais se estabeleçam.

Embora haja uma rota a ser empreendida, partindo do estacionamento, passando pela escadaria, seguindo pelos corredores até a exposição dos orgânicos, e retornando até o início do percurso, é preciso observar as pausas nesse percurso para compreender de que maneira os fluxos se constituem rituais.

As áreas de comercialização sofrerão com as questões simbólicas que envolvem esse universo, influenciando nesse trajeto. As negativas dos frequentadores ao que é vendido na escadaria dá indícios sobre a questão da legitimidade dos orgânicos, colocando o interior do mercado, delimitado pelas suas grades laterais e o portão central que fica aberto para o funcionamento da feira, como o altar sagrado desses produtos, indicando que o comportamento de compra naquele espaço acontecerá a partir das inferências sobre legitimidades (GOFFMAN, 1985).

Ao mesmo tempo, todas as áreas de comercialização, na frente dos boxes, o de Pedrosa, o da Paulinha e a lanchonete da Luzia, com suas mesas e cadeiras; a ferradura de

produtos orgânicos, no centro do mercado; e mesmo a escadaria, com a van de ovos e carne caipira e a banca de frutas, serão pontos nodais nesse fluxo.

Contudo, somando o espaço que se forma no centro da exposição dos vegetais, estas também se constituem zonas de sociabilidade, pois permitem encontros em que são promovidas trocas entre os interlocutores, quando saberes são compartilhados, como se aquele espaço fosse uma grande sala de aula onde todos, de alguma maneira, atuam como alunos e professores, a depender do tipo de interação e do conteúdo das conversações que acontecem.

A frente da lanchonete, em especial, se torna uma zona de sociabilidade com funções diferentes no contexto da feira. Ao mesmo tempo em que incentiva encontros, posto que pessoas desconhecidas costumam sentar juntas quando as mesas estão ocupadas, também permitem a livre observação, o “estar consigo mesmo” no meio do movimento, um momento de descanso depois das compras. Alguns frequentadores passam bastante tempo sentados, sozinhos ou conversando com os que passam ou se sentam por lá.

As cadeiras seriam, portanto, ao mesmo tempo, região de fundo, que permite o relaxamento do processo, o desmontar-se, e, cenário, posto que interações diferentes acontecem nesse espaço. Os sujeitos tanto podem descontraírem-se e abandonar a sua fachada, como, também, assumir papéis que permitam as interações nesse local. (GOFFMAN, 1985)

Uma dupla, certa vez, usou o espaço para organizar um curso de cuidados para idosos. Portavam livros e cadernos, anotavam seus pensamentos enquanto discutiam com outras pessoas, através de chamadas de vídeo em seus celulares, o conteúdo das aulas. Apropriando-se desse espaço e ressignificando para que servisse a outros fins, do seu interesse, desenharam seu projeto, agindo e falando de acordo com os protocolos dessa outra situação.

Enquanto estação dentro do fluxo da feira, é possível perceber que a escolha do momento adequado para se sentar naquelas cadeiras não fica por conta do acaso. Ao contrário, depende do planejamento feito sobre urgências.

Para os que priorizam a escolha dos produtos, será o ponto final do ritual de compra, o encerramento do circuito do consumo; já outros vão preferir deixar as compras para o final, mesmo correndo o risco de adquirir vegetais muito manuseados, e priorizarão parar por ali, tomar um café conversando com algum conhecido, embora a justificativa para a presença na feira sejam os vegetais.

Ao constituir o próprio fluxo percorrendo, a partir de suas prioridades e preferências, as zonas de sociabilidades, os sujeitos estarão, a todo momento, em contato com o universo simbólico e técnico dos orgânicos, conteúdos apropriados e ressignificados pelos sujeitos, fazendo circular saberes, permitindo o compartilhamento de sentidos.

Durante as entrevistas, foi possível perceber as aprendizagens que se deram com os frequentadores e suas mudanças de comportamento por conta de informações recebidas nesse local, como conhecer novas espécies de alimentos, a utilidade de certas espécies para processos de cura corporal e como empregá-las, como o consumo de guaco e *ora-pró-nobis*, plantas alimentares não convencionais, as PANCs.

Dessa forma, é possível perceber também processos pedagógicos em curso, capacitando esses sujeitos enquanto consumidores de produtos agrícolas orgânicos, municiados de argumentos e procedimentos que lhes permitem a manutenção dessa escolha a cada semanas e o reforço dos laços sociais entre aqueles que frequentam o espaço.

As cenas do campo e os fluxos ritualizados indicam de que modo os sujeitos se apropriam e vivenciam o espaço, de maneira inferencial, acionando códigos que viabilizam as interações, aperfeiçoando suas táticas sociais e pessoais, e, assim, deixando evidentes os sentidos compartilhados. (BRAGA, 2017)

Especialmente após do período de suspensão decorrente dos decretos governamentais, quando a feira passou a ser realizada em um horário diferente, a partir das 10h, foi possível ouvir relatos sobre o espaço ocupado pela feira na rotina dos frequentadores.

O café tomado nas mesas e cadeiras da lanchonete de Luzia tinha a função de desjejum para alguns deles, fossem direto para o trabalho ou voltassem para casa, e fizeram falta. Os frequentadores mais assíduos se viram obrigados a reestruturar suas rotinas diárias para além das atividades de compra de alimentos.

O cardápio, com cuscuz, tapioca, bolos e pães, tem opções que fazem parte da cultura alimentar do cearense, facilitando essa escolha por parte dos frequentadores. Contudo, o suco verde, mistura de mastruz, couve, gengibre, limão, maçã e água, batido em liquidificador, depois coado, também oferecido no local, permitia a manutenção de uma prática de autocuidado pouco convencional. Essa escolha durante o novo período de vigência perdeu o seu efeito, posto que o consumo acontece preferencialmente nas primeiras horas do dia, muitas vezes em jejum.

Uma informante relatou que sua rotina costumava começar ali na feira. Chegava em torno de 7h e saía quando terminava, depois de tomar o sumo e falar com as pessoas. Para sair, não tinha horário.

A manutenção de hábitos, especialmente aqueles considerados responsáveis, também tinha na feira um aliado. Algumas vezes, foi possível ver pessoas portando seus próprios talheres, de metal, quando iam comer os alimentos da lanchonete. Relatavam que, como sabiam que passariam pela feira, já se separavam garfo, faca e copos para não fazerem uso do que era disponibilizado no local, de plástico e isopor.

O espaço da feira vai, assim, sendo experienciado de diferentes maneiras através de ritualizações das práticas de consumo que evidenciam a construção de sentidos e significados sobre orgânicos e a própria experiência de se estar em uma feira.

Assim, para compreender melhor esses aspectos simbólicos das dinâmicas de compras nesse lugar, e de que maneira esse conteúdo pode transcender o espaço da feira, reorganizando outros locais por onde circulam esses sujeitos, precisamos observar mais atentamente os consumidores, suas falas e imaginários acionados na composição de predileções e pensamentos sobre suas escolhas.

4.7 Um local de afetos

Depois de entender como as pessoas circulam no espaço e de que maneira isso implica em produção de sentido, quero agora olhar atentamente para esses produtos. Contudo, antes disso, é importante refletir porque elas estão ali.

Caso o consumo de orgânicos acontecesse por conta de seus benefícios nutricionais, haveria espaços de acesso mais viável, como os supermercados, com funcionamento diário, e as cestas de orgânico, com a venda por meio de aplicativos de conversa e a entrega em domicílio, facilmente acionados nas dinâmicas da contemporaneidade. Contudo, a partir do que foi observado na pesquisa de campo, é possível inferir que a escolha pela feira da ADAO esteja permeada por afetos.

Maffesolli (1998) chama atenção para processos de coletivização dos sentimentos como fator essencial para a constituição de grupos sociais nas sociedades contemporâneas. Longe de indicar frivolidades, esses vínculos sociais surgem a partir de afetos compartilhados.

A fluidez com que as reuniões acontecem e, depois, são dispersadas, indicando condensações frágeis, podem dar a entender que não há substância nas relações que ali se formam. Contudo, elas acontecem mediante um grande investimento emocional, e se sedimentam a cada novo episódio.

É possível perceber, portanto, a emergência da socialidade a partir da empatia e da ambiência emocional como característica da formação dessa categoria de grupo, o que o autor chama de *neotribalismo*. Nesse ambiente, crenças comuns são elaboradas e circulam entre seus membros, que se mantêm unidos por afinidades, ou seja, por reconhecerem proximidades entre o que pensam e sentem a respeito de determinadas questões.

Assim, a desobrigação em estar sempre presente e atuante no grupo sem que este se enfraqueça permite aos seus membros continuarem a pertencer, mesmo que distantes, sem frequentá-lo assiduamente, pois o vínculo é abstrato, do campo das emoções e sentimentos. A cada retorno, a escolha é atualizada, os laços se reforçam, e, por meio das interações, novos saberes são partilhados.

Durante as entrevistas, ficou perceptível que a feira compunha uma rede de alternativas para o consumo de orgânicos, entre as quais outras feiras, a venda de cestas por aplicativos de mensagens e supermercados. Contudo, alguns interlocutores expressaram a preferência pela ADAO a partir de aspectos subjetivos, como a confiança e o gosto pelos que produzem o espaço.

Entrevistador: Você compra orgânicos em outro lugar? Entrevistado: Na feira MST, na feira do Benfica, supermercado quando falta alguma coisa. (Entrevistado 1)

Entrevistador: Por que você vem na feira da ADAO? Entrevistado: Porque eu gosto dos produtos que ela oferece, e gosto das pessoas, e não acho os outros lugares tão, pelo menos o japonês é muito mais caro. Por isso" (Entrevistado 2)

Entrevistador: Por que você vem na feira da ADAO? Entrevistado: Porque eu venho em busca do orgânico, meu interesse maior é do orgânico. E porque de certa forma ajuda o pequeno produtor. (Entrevistado 3)

Os afetos se manifestam, por exemplo, com a veemente defesa de que os orgânicos são a escolha mais correta e lógica para a alimentação própria e da família pois são mais limpos, e ponto final. A maioria se contatava com essa resposta, suficiente para qualquer outro tipo de questionamento.

Aqui, percebemos o imaginário em torno do que seria limpeza, o que não condiz com os que vêm da agricultura, produzidos no chão, mas a sujeira que essas pessoas querem

evitar é a química, e não a natural, originada da terra e do substrato onde os vegetais brotaram e se desenvolveram.

Relatos sobre os tempos de associação também manifestavam laços de reciprocidade fortalecidos com o decorrer dos anos. Mesmo antes de serem perguntados há quanto tempo eram clientes do grupo, sempre havia o acionamento de memórias sobre essas vivências, manifestando engajamento e resistência em meio a muitas dificuldades na manutenção dessa escolha.

Observar as interações do espaço permite compreender um pouco mais como esses afetos se dão. As conversações são constantes, seja entre consumidores ou entre esses e os vendedores, na maior parte das vezes, percebe-se a proximidades entre esses sujeitos, que compartilham suas vivências pessoais constantemente.

As vendas, em especial, acontecem em meio a diálogos descontraídos em que se cruzam conhecimentos os mais diversos. Enquanto fornecem informações sobre os produtos vendidos, vendedor e comprador compartilham seus saberes, o que ajuda a compor pacotes de soluções mais interessantes para o que está sendo demandado.

"A gente sai de casa já com a intenção de comprar determinado produto né. Minha esposa hoje, por exemplo, veio comprar cebolinha, aquela branquinha que faz chá pra criança, faz com mel. Aí ela comprou ali umas folhas de crajiru, umas folhas antiinflamatórias né, muito bom. É assim né. A gente é curioso, chega, vê. A gente viu ali uma senhora vendendo um antibiótico em favo que é muito bom. E é assim, a gente vai descobrindo e vai comprando" Entrevistado 1 [mai.2021]

Dessa maneira, os afetos se atualizam e se reforçam, assim como os laços de confiança entre consumidores e produtores, tornando a feira um grande espaço de aprendizagem por meio da experimentação, pela descoberta do novo a cada edição, pela construção de culturas.

Nas primeiras edições da feira após o fim da valência do decreto que suspendeu as atividades até abril de 2021, as demonstrações de carinho e o entusiasmo dos frequentadores ao encontrarem conhecidos e os produtores chamava atenção. Cumprimentavam-se como amigos que se reencontram depois de longos tempos distantes, demonstrando a alegria por estar novamente em um local pelo qual tinham apreço.

Uma senhora, professora aposentada da Universidade Estadual do Ceará, circulou nos três corredores do espaço apoiada em seu equipamento andador, além de cumprimentar todos os produtores e alguns conhecidos, seguiu adquirindo uma variedade grande de produtos, o que era recolhido e posto em bolsas por sua acompanhante.

Após conversar durante algum tempo no café da Luiza, inclusive comigo, dividindo suas impressões sobre como o orgânico era importante para a saúde, se retirou cumprimentando a todos com entusiasmo. Nesse momento, a expositora revelou que ela costuma levar tantos produtos que eles estragam em sua geladeira, mas que gosta de fazer assim para ajudar a todos.

Essa senhora, assim como muitos outros frequentadores, reconhecem a trajetória desse grupo e escolhem estar naquele espaço também como apoio a eles. Por isso, sua conexão com o local, e as escolhas de consumo, estarão permeadas por essa afetividade.

Quando observamos as pessoas e suas histórias, vamos costurando as informações e compreendendo os porquês, sobre a escolha do local, sobre a opção pelos orgânicos, sobre o apoio à ADAO. A feira atualiza seus interesses e seus imaginários, alimentando corpo e espírito, saúde e estilo de vida.

Os significados vão emergindo a cada cena e se reforçam quando as entrevistas começam e é possível ouvir as opiniões e pensamentos mais elaborados. Conhecer essas pessoas, suas trajetórias e o que pensam sobre o lugar e os orgânicos faz emergir e permitem o entendimento dos produtos das interações que circulam e transcendem esse local (BRAGA, 2017).

4.8 Os sujeitos da feira

Compreender a comunicação como um fenômeno interacional, conforme propomos no presente trabalho, implica em considerar que os episódios em que os sujeitos travam contato e compartilham seus saberes produzem conhecimentos, e que estes não se encerram aí, tornando-se matéria-prima para outros episódios interacionais, em outros ambientes.

Esses conteúdos, constituídos anteriormente, surgirão em narrativas possíveis, sejam estas materializadas em textos, fotos, postagens em redes sociais, ou em forma de memórias, acionadas nas falas, nos gestos e comportamentos que esses sujeitos empreendam, não apenas no espaço onde as construções se deram, mas, posteriormente, em muitos outros.

Os relatos que pudemos escutar na pesquisa de campo, portanto, deram indícios dos sentidos que são produzidos naquele local, a partir da apropriação e significação dos conteúdos das interações, e que circulam em muitos outros circuitos empreendidos pelos indivíduos na constituição de suas vivências particulares.

Essas falas trazem, portanto, informações importantes, embora se constituam imaginários, posto que são produtos da reinterpretação dos fatos por suas consciências. Por isso adotamos entrevistas como metodologia (BASTOS & SANTOS, 2013), a fim de desentranhar o comunicacional da feira e, assim, compreender o conteúdo que circula nesse meio, para então, perceber os sentidos que estão a se construir e se reconfigurarem a cada episódio.

Adentraremos, agora, o universo das pessoas, os frequentadores e os produtores, a fim de identificar sentidos recorrentes que resultam da presença na feira e da escolha por consumir orgânicos. Ao invés de considerar esse conteúdo verdades absolutas, enxergamos aí visões de mundo, e é a isso que nos atentaremos.

4.8.1 Uma elite alimentar

Norteados pelos conteúdos levantados durante todo o período de estudo do campo, por meio da observação participante, durante as edições dos dias 04, 11 e 18 de maio de 2021, entrevistamos os frequentadores no local da feira, totalizando 20 respondentes.

O questionário fora estruturado com perguntas fechadas abordando dados sociodemográficos, a fim de construir o perfil desses sujeitos, e perguntas abertas abordando preferências e impressões sobre a feira e os orgânicos (vide anexo).

Além desta etapa, empreendemos entrevistas em profundidade, entre os meses de abril de maio de 2021, com os expositores da feira, Pedrosa, Regina, Luzia e Paulinha, entre parceiros e integrantes da diretoria da ADAO, e dois frequentadores mais assíduos.

Vale citar, ainda a entrevista realizada com um técnico da EMATERCE no mês de agosto de 2020, e a participação, através de convite seu, em uma reunião da Caritas Ceará, ainda no mês citado, que nos permitiu compreender os desafios da produção orgânica no estado.

Dessa forma, pudemos construir um perfil médio do frequentador, ao mesmo tempo em que obtivemos pistas sobre memórias, valores e visões de mundo que compõem os sentidos circulantes nesse lugar.

Temos, portanto, discurso não de um consumidor de orgânico, aquele que, em tese, representaria a sua maioria genérica, mas do consumidor daquele local, ou seja, o nativo da feira da ADAO, delimitado a esse contexto, embora, como se percebeu pelas respostas, componham outros circuitos de consumo dessa natureza.

O perfil mediano desse consumidor tem mais de 45 anos, nível superior completo, é casado, mora em apartamento com 3 a 4 pessoas, mora entre o Meireles e a Aldeota e possui uma renda mensal familiar acima de 9 mil reais.

Além dos dados demográficos, duas outras perguntas nos ajudam a perceber o perfil de consumidor com alto poder aquisitivo: a maioria vai de carro próprio para a feira e o valor médio das compras por edição, declarado pela maior parte dos respondentes, ultrapassa 100 reais, entre vegetais orgânicos e produtos processados, vendidos nos boxes que compõem a feira.

Ao comparar alguns dados desses sujeitos com a realidade vivida pela maior parte dos brasileiros, se torna ainda mais evidente que este grupo pertence a altas classes sociais. De acordo com os dados do Censo de 2010⁶, menos de 10% da população brasileira tem nível superior. Quanto à renda média do brasileiro, esta equivale a 10% daquela declarada pela maior parte dos consumidores da feira da ADAO.

Contudo, é importante observar outros dados antes de inferir que se trata de um retrato fiel dos consumidores de orgânicos no Brasil. Para isso, trazemos dados de pesquisa feita pela instituição Organix⁷ na edição de 2017: 50% dos 905 entrevistados, em 9 cidades diferentes do país, responderam ter entre 25 e 44 anos e pertencer à classe C.

Entretanto, em um levantamento no Google Acadêmico utilizando as palavras-chave *perfil AND consumidor AND orgânico*, para o período 2015-2021, tive 15.500 resultados, o que indica um vasto esforço de pesquisadores em compreender melhor de quem se tratam essas pessoas. Foi possível perceber que o perfil da feira confirma a maior parte dos perfis de consumidores que emergiram em outras pesquisas, conforme revisão bibliográfica.

Temos, portanto, pessoas mais instruídas, com maior poder aquisitivo, o que se configura em acesso a informações e, também, outras opções de consumo. Ao mesmo tempo, é um lugar de compras para a família, para garantir o bem-estar daqueles que são objeto de apreço e vínculos. o que indica um consumo baseado também em afetos.

Embora a presente pesquisa não se proponha conclusiva, torna-se importante essa aferição dos dados para compreendermos os aspectos relevantes para esse perfil de consumidor,

⁶ Fonte: [Censo 2010 | IBGE](#) Acessado em 06/07/2010.

⁷ Disponível em: <https://organix.org.br/pesquisa-2017-download/> . Acessado em 13 de agosto de 2021.

assim como as possibilidades que podem ser explorados pelos produtores de orgânicos a fim de fortalecer o movimento.

4.8.2 Cenário para a atuação do eu autônomo

Na mesa do café, observando o vai e vem, dividimos o espaço com uma frequentadora que adentrou o mercado como tantos outros, mas que, pela conversa, o fez por acaso. Estava aguardando uma pessoa chegar para ir até um local ali por perto e resolveu fazer isso dentro do mercado, na feira de orgânicos.

Quando seu interlocutor ligou avisando quanto tempo demoraria para chegar, a moça disse que tudo bem, que esperaria comendo um cuscuz “orgânico”, como se fosse óbvio aquilo, já que estava numa feira de orgânicos. O cuscuz não era orgânico, o que foi confirmado por Luzia, mas isso pouco importa. Era o que ela pensava, estava dizendo e seria reforçado dali por diante.

O episódio traz à tona processos de transferências de significados de produtos e serviços para os sujeitos sociais por meio de práticas de consumo (MCCRACKEN, 2015). Em se tratando de uma feira de orgânicos, a consumidora aciona imaginários relacionados a uma suposta consciência quanto às consequências ambientais de sua escolha, tema contemplado pelo que se entende por consumo responsável.

Em suma, essa modalidade está relacionada a escolhas que levam em consideração as implicações ambientais, sociais e individuais do ato de consumir, e emerge como respostas a pressões sociais que atribuem ao consumismo responsabilidades por danos de diversas naturezas, e, por meio das escolhas de consumo, teria alguma chance de se redimir. (FONTENELLE, 2017)

Contudo, em nossa sociedade de consumo, também se constituirá um nicho de mercado, deflagrando o surgimento de diversos tipos de produtos que trariam em suas constituições o antídoto para os males causados. E, ao mesmo tempo, alimenta o imaginário de uma suposta autonomia do consumidor, cabendo apenas fazer as escolhas certas para que o bem, dele e de todos, se estabeleça.

Fontenelle (2017) entende o “consumir saudavelmente”, aspecto do consumo responsável, como resultado de uma produção discursiva pautada em visões de mundo e interesses específicos de universos diferentes, como médicos, educadores, empresas, governos,

ao mesmo tempo em que alimenta uma “cultura da culpabilização” de indústrias e, também, daqueles que não aderem às práticas consideradas corretas.

Ganha destaque, assim, o desenvolvimento de um consumidor produtivo, pois faz as escolhas corretas, se utilizando de sua suposta autonomia, e garante, assim, alta qualidade de vida, entendida, portanto, como produtiva. (FONTENELLE, 2017)

Foi recorrente relatos sobre mudanças empreendidas pelos sujeitos no sentido de edificar um estilo de vida mais saudável e socialmente responsável e, nesse processo, a escolha pelo orgânico e pela frequência na feira se transformam em mais um tijolo nessa construção ideal.

"Quando eu não sabia que acontecia, eu ia no supermercado. Agora eu sei, então eu sempre prefiro fazer as coisas melhores. Então eu frequento aqui, eu faço as coisas, compro as coisas que eu comprava em supermercado eu compro aqui." Entrevistado 3 [mai.2021]

Em muitos casos, essas mudanças significaram rompimentos com práticas antigas, algumas instituídas em grupos de referência, como a família. Contrariando o senso de pertença, esses sujeitos escolhem separar-se simbolicamente desses meios, atribuindo à feira um novo local de pertença, onde se atualizam sobre práticas e sentem-se validados diante de outros com anseios e valores semelhantes.

"Me faz bem esse tipo de ambiente, porque as pessoas são ligadas ao meio ambiente, e eu me sinto bem andando por aí e quando eu comecei comer as verduras, eu gosto muito de fruta e verdura, e eu gosto de cozinhar, então quando eu comecei a usar esses vegetais orgânicos, eu vi uma grande diferença em sabor mesmo. Então, por que não?" Entrevistado 2 [mai.2021]

Em geral, as novas práticas estão direcionadas para constituir uma vida mais natural, o que se refere à escolha de produtos pouco ou sem nenhum tipo de processamento, produzidos no meio rural por meio de técnicas que excluam substâncias químicas e empregariam o manuseio como mão-de-obra preferencial; e simples, ou seja, com o mínimo necessário de equipamentos, vestuários, comportamentos, hábitos e necessidades de maneira geral.

Precisar de menos coisas e optar por esses tipos de produtos, além de manter-se próximo de sujeitos que circulam no ambiente rural, é o ideal buscado por esses sujeitos como forma de atuarem ativamente para a preservação da natureza, outra prática que buscam empreender nessa nova vida que estão a edificar.

Por isso, alguns assuntos são recorrentes, como produção de hortaliças em casa, procedimentos culinários baseados no vegetarianismo ou veganismo, consumo de vegetais com

vistas a aumentar a imunidade, práticas corporais que também tragam benefícios emocionais, como a ioga. Essas escolhas são percebidas como formas de constituir uma vivência autoral, ou seja, com o mínimo possível de práticas consideradas consumistas ou despreocupadas com seus efeitos na saúde do próprio corpo e do planeta.

Foi possível perceber que a escolha por adquirir orgânicos na feira da ADAO se trata, também, de uma estratégia de autocuidado, seja pelos benefícios nutricionais dos produtos, ou a ausência de riscos que eles garantem, seja por estar em um ambiente que materializa valores ambientalmente responsáveis, implicando em ganhos emocionais e éticos.

Contudo, este não é o único local com essas prerrogativas. Outros pontos comerciais, não apenas feiras, são vistos como espaços em que há uma preocupação com o natural e a garantia de que o consumo ali aconteceria a partir de valores éticos, o que aponta para pontos nodais formando circuitos de sentidos, ou semelhantes ou que se complementam.

Dentre eles, foram citados a Muda Meu Mundo, negócio de impacto responsável por intermediar a venda de produtos orgânicos e vindos da agricultura familiar, a Feira Agroecológica do Benfica, Feira organizada pelo MST, além de outros pontos comerciais que comercializam produtos orgânicos, como o Mercadinho Japonês, La Feira Orgânica e o Mercadinho São Luiz.

Vale ressaltar que esse modelo de vida elegido pelos frequentadores e que embasa sua escolha por frequentar a feira e consumir os orgânicos se dá em modo experimental, ou seja, está sempre sofrendo atualizações e mudanças.

O trabalho consiste tanto em eliminar antigos hábitos que sejam capturados pelo senso crítico sempre ativo desses sujeitos, ou pela inclusão de novas práticas, processos que acontecem a partir de interações em meios que gozem de credibilidade junto a esses consumidores, implicando em um constante processo de aprendizagem.

"Entrevistador: você consegue perceber alguma mudança de hábito que aconteceu depois que passou a frequentar a feira?. Entrevistado: Olha, não sei dizer assim não. A gente aprende o tempo todo com alguém, encontra uma pessoa e conversa, conta alguma coisa que você já aprende ali. Tá sempre aprendendo. É vivendo e aprendendo. Como eu sou assídua aqui, eu devo ter aprendido muita coisa. Não sei lhe dizer pontualmente aqui." (Entrevistado 1)

"Entrevistador: você consegue perceber alguma mudança de hábito que aconteceu depois que passou a frequentar a feira?. Entrevistado: As PANCs, a ora-pro-nobis. Aprendi a fazer o requeijão de castanha, conheci as algas e coisas que vou perguntando. E a propriedade antiinflamatória do açafraão. (Entrevistado 2)

As fontes de informação mais procuradas nesse ambiente são os vendedores. Contudo, trocas de conhecimento entre os frequentadores são uma constante. Durante as vendas, é natural um comentário ou outro por parte de consumidores que estão a observar as conversas ou esperando a sua vez de serem atendidos. Alguns deles se tornam verdadeiros professores.

“O povo vem me perguntar muito, muito. Às vezes eu passo uma hora atendendo. Acho que se eu botasse uma banquinha ganhando um real para cada pergunta ou dúvida que eu tiro eu bancava minha feira (risos). Eu faço com alegria. Você quer que aquilo ali, e as outras, o movimento como um todo.” Entrevistado 3 [mai.2021]

Ao mesmo tempo, a feira se constitui como espaço de cultura, conforme coloca Regina em sua fala. As trocas de informação vão permitir um aprendizado constante, atualizando os frequentadores sobre práticas, criando produtos que circulam ali e em outros locais, propagando entendimentos sobre o consumo de orgânicos que ultrapassam seus benefícios nutricionais.

“A pessoa que consome produtos da feira da ADAO hoje são famílias que tem uma atenção com essa relação de onde vem meu alimento, quem produz o meu alimento e como eu me nutro dessa produção orgânica para além do alimento, porque a feira em si é um ponto de encontro, a feira em si ela é um ponto de cultura, a feira em si ela é um ponto de crescimento pra um consumidor e pro produtor. Porque é na feira que a gente consegue, a ADAO, que é a associação que faz essa interface entre consumo e produção, a função dela é essa, é aproximar o produtor do consumidor.” Entrevistado 4 [mai.2021]

Em suma, em muitos relatos, foi possível perceber que as escolhas por e neste ambiente se dão como decisões que implicam em qualidade de vida e autorresponsabilizações diversas. Uma rede de predileções se ergue com a mesma prerrogativa, apregoando o consumo responsável como um dos sentidos que permeiam as práticas no local

4.8.3 Agrotóxico: o grande vilão do pedaço

Em um estudo realizado com brasileiros chefes de família que detém o papel de decisores sobre as compras para o lar, Galindo & Portilho (2015) investigaram as percepções quanto aos riscos da presença de agrotóxicos e transgênicos nos alimentos e concluíram que há pouca consciência dos possíveis danos, embora haja uma abundância de informações e que esses sujeitos acionem estas na elaboração de seus próprios discursos. Ainda assim, há pouca influência dessas questões em suas decisões de compra embora saibam que fariam mal à saúde.

Beck (2011) reflete sobre riscos como o adiantar de danos passíveis de acontecerem em algum momento no futuro, mas ao especularmos sobre a sua concretude, consideramos as possibilidades como certeza, orientando assim, nossas ações e percepções.

A cobertura midiática para os diversos desastres ambientais tem alimentado debates públicos sobre suas consequências, responsabilidades e possíveis soluções, levando à sociedade informações a respeito dos riscos que envolvem o uso de substâncias químicas danosas aos ecossistemas e de técnicas que possam deteriorar os recursos naturais, reforçando, assim, a importância de estar atento aos malefícios que possam bater às nossas portas.

Ao mesmo tempo, temas relacionados aos perigos da alimentação humana vêm sendo abordados por publicações populares, o que traz para as conversações mais informações sobre políticas públicas e as ações das empresas. (GALINDO & PORTILHO, 2015)

Um fato que tem chamado atenção e vem sendo muito noticiado é o título do Brasil como maior consumidor de agrotóxicos no mundo, o que foi reforçado com as últimas autorizações do governo que implicaram em mais de 200 substâncias autorizadas para uso local, embora algumas dessas sejam proibidas em outros países. Juntas, essas questões capturam a atenção do consumidor e deixam todos em estado de alerta, sensíveis e dispostos a experimentar opções alimentares que os mantenham seguros.

Uma fala recorrente entre os frequentadores entrevistados é a preocupação com o uso de agrotóxicos no processo produtivo agrícola convencional. Trata-se do grande inimigo combatido por esses consumidores.

A referência a essas substâncias nem sempre é direta, ficando subentendido a referência a ela quando falam no desejo em consumir alimentos limpos. Embora tenham como substrato a terra, implicando em restos dela em sua casca, não é essa sujeira que preocupa os consumidores, conforme dito anteriormente.

Um dos interlocutores chegou a dizer que não se preocupa com os resíduos de solo que ficam nos vegetais, pois se fosse limpo, livre de química, não faria mal, já que viria da própria natureza.

Inferimos, portanto, que a oposição ao agrotóxico assume a função de código, através do qual essas pessoas se reconhecem como parte de um movimento, pois compartilham desse mesmo intento. (BRAGA, 2017)

Mas também aponta para a construção de uma visão limitada. A produção orgânica contempla outras práticas que poderiam ser citadas, mas não foram, por exemplo o não uso de sementes transgênicas, ou o emprego de fertilizantes químicos. Nenhum desses é apontado como motivação para a escolha.

Caso citássemos esses fatos, certamente seriam acolhidos como verdades, pois condizem com a ideia de um produto totalmente natural. Contudo, por não serem citados naturalmente, se mostram como informações menos relevantes, ou ainda o desconhecimento mesmo desses fatos, apontando para brechas na formação desse consumidor. Se fossem instruídos sobre a completude do processo de produção orgânica, poderiam fortalecer a escolha e converter ainda mais desses sujeitos a defensores do modelo.

Preocupações com a saúde dos familiares também emergem como justificativas para o cuidado em evitar a possibilidade de contágio com agrotóxicos, o que aproxima a escolha por orgânicos do aspecto sacrificial do consumo descrito por Miler (2002). Comprar orgânicos significa livrar a família do que pode prejudicá-la, além de nutri-la melhor, conferindo saúde e demonstrando afeto e cuidado.

Contudo, ao serem questionados se averiguavam a presença do documento de certificação na feira e a sua validade, a maioria revelou que não tinha esse hábito, e que confiava nos produtores do local.

Observa-se, portanto, que a atenção com os riscos de contaminação dos alimentos é feita de maneira inferencial, ou seja, escolhem os alimentos e os fornecedores a partir da confiança de que esses sujeitos estão procedendo da forma correta.

Assim, é possível perceber que tanto as preocupações quanto as ações sobre os riscos de contaminação acontecem a partir de imaginários construídos, seja sobre os perigos, seja sobre as possíveis soluções. Ao mesmo tempo, percebe-se que relações de confiança são essenciais para os consumidores desse mercado.

4.8.4 Ativismos adjacentes

A máxima “o consumo serve para pensar” intitula um dos capítulos do livro de Canclini (1999), *Consumidores e Cidadãos*, e, também, representa de modo sucinto o pensamento de vertentes dos estudos do consumo que se ocupam em refletir sobre as novas possibilidades de participação social a partir de suas práticas.

Termos como consumerismo e consumo responsável surgem da percepção de que grupos de sujeitos têm feitas suas escolhas a partir de uma avaliação sobre as consequências de seus atos e do desejo em contribuir para a melhoria de situações específicas localizados nas demandas em benefício da coletividade. (BORGES, 2017)

Modalidades de ativismos encontram nas reavaliações sobre hábitos de consumo importante campo de atuação, pois implicam na resistência a práticas que vão de encontro ao que esses sujeitos defendem, conferindo uma adesão cada vez maior aos princípios preconizados pela causa. (FONTENELLE, 2017)

Enquanto escolha que se dá por meio do acionamento de imaginários sobre práticas responsáveis e de autocuidado, o consumo de orgânicos na feira da ADAO se revelou permeado por motivações que transcendem a atenção ao alimentar-se, revelando preocupações que se aproximam de movimentos ativistas diversos.

A atenção com os impactos do consumo ao meio ambiente se revelou de diferentes maneiras. Críticas ao excesso de resíduos sólidos despejados na natureza, em especial o plástico, foram recorrentes, seguidas, muitas vezes de falas em que compartilhavam suas estratégias a fim de contribuir com o aparente caos que se instalou nos ecossistemas.

"Eu sou formada em química, agora eu trabalho na Física, mas meu trabalho é muito ligado ao meio ambiente, tratamento dos resíduos. Eu vejo que lá no supermercado, da maneira como o pessoal compra e da maneira que eles vendem, consome uma grande quantidade de embalagem plástica que não é reciclável. Como você pode ver aqui... eu tento, eu usei o mínimo plástico que não dá pra evitar, então o resto eu faço desse jeito e também não compro coisas muito embaladas, enlatada e empacota. Eu tento usar uma maneira reciclável. Então reciclagem é uma grande coisa pra mim." Entrevistado 1 [mai.2021]

"Tava comprando nos supermercados, no São Luiz né, eles têm uma parte de orgânicos, tem a Muda Meu Mundo também é, que acaba que lá graças a Deus eles conseguem ter menos plástico né, porque a maioria desses orgânicos de supermercado costuma ter muito plástico e lá na Muda Meu Mundo eles têm um setorzinho né que eles conseguem usar as sacolinhas de pão, e aí o que eu não acho lá eu vou mesmo no convencional do supermercado né, que tem plástico, mas eu acho que talvez 70% da minha alimentação seja orgânica." Entrevistado 2 [mai.2021]

Alguns consumidores revelaram preocupações em manterem-se próximos da natureza, seja através de suas moradias, em seus movimentos de lazer, na plantação do próprio alimento, no uso de remédios a base de produtos naturais e, também, na alimentação. Assim, foi recorrente o relato de preferências em relação aos alimentos crus, ou seja, sem passarem por processos de cocção, a fim de garantir a ingestão do máximo de vitaminas possível.

Entrevistador: Você tem preferências sobre o preparo dos alimentos orgânicos?
Entrevistado: Muita coisa crua, mas tudo muito bem levado. E cozinhando o resto que for pra cozinhar. (Entrevistado 1)

A gente bota o mato no chão e queima, a gente mata a terra. Se eu botar uma sementinha no chão desse piso ela não vai nascer, mas se eu boto na terra crua, na terra viva, que é a mesma base da alimentação crua ou alimentação viva, eu vou ter uma semente que germina. Então eu pego uma energia que vai estar estanca, em estado entanca ou morta, vamos dizer assim, que está desnaturada, porque a gente queimou em excesso, então a semente não germina. Se você vai numa terra que está natural, você planta a sementinha e ela vai germinar. Então tá entendendo como é diferente sentir a energia? Entrevistado 2 [mai.2021]

Alguns consumidores revelaram movimentos para se tornarem veganos, já que tinham retirado a carne de sua alimentação, como se esse fosse um passo seguinte num suposto processo de evolução em um consumo alimentar e um estilo de vida responsáveis socialmente.

Contudo, as manifestações de ativismo não se restringiram a questões alimentares. Alguns consumidores revelaram escolher o local por terem a intenção de apoiar grupos de produtores locais, e assim fortalecer a agricultura familiar.

“E realmente eu priorizo muito o orgânico aqui na minha casa, exatamente por conta de eu me preocupar com a origem né, do meu alimento, não só, hoje é de tudo né, da minha vestimenta, cosmético, tudo eu tenho realmente essa preocupação da origem e dos impactos, e os orgânicos tem essa questão de eles serem realmente mais saudáveis, eu acredito muito nisso, né, por eles serem limpos, não terem venenos, fazerem muito menos à nossa saúde, na verdade fazem muito bem à saúde, e também por eles serem mais sustentáveis né, a gente tá ali valorizando o pequeno produtor, né, tá valorizando o comércio local, o comércio justo.” Entrevistado 1 [mai.2021]

Num certo momento, uma frequentadora chegou a questionar se já estávamos comprando exclusivamente orgânicos e prontos para deixar de consumir carne animal, dando a entender que estes hábitos demarcariam um ideal de consumo, a partir do imaginário daqueles sujeitos.

Assim, tais ativismos se revelaram códigos acionados pelos sujeitos para identificarem-se enquanto parte do grupo e para reorganizar o imaginário daquela coletividade quanto aos modos apropriados de consumir e de constituir o próprio estilo de vida, indicando uma proximidade dessas causas ao universo do orgânico.

Ao mesmo tempo, mostra a expectativa dessas pessoas de que os frequentadores desse local tenham a mesma sensibilidade para tais causas, e que estejam dispostas a adentrar esse universo. Nessa declaração, pode-se inferir que esse produto está inserido em um contexto maior do que o da nutrição do corpo.

Por fim, foi possível perceber que se trata, de fato, de um espaço que recebe com bons olhos as manifestações políticas individuais alinhadas a esses ideais de consumo responsável, respeito ao meio ambiente e à coletividade, práticas que são realizadas através da convivência e que inclui também o apoio a grupos e partidos políticos específicos.

No retorno às atividades, por exemplo, algumas pessoas gritaram “Fora Bolsonaro” o que foi respondido com entusiasmo. Temos, portanto, um local com viés político declarado.

4.8.5 Uma feira de neorurais

Os movimentos de migração para o campo costumam acontecer quando há investimentos em políticas públicas, por exemplo o incentivo às exportações de determinadas culturas, o que proporciona oportunidades de trabalho nesses espaços. Em tempos passados, se deu por conta de uma contração da economia nas cidades, o tornou o retornar às origens uma alternativa de sobrevivência para alguns grupos. (GIULIANI, 2019)

Tais processos promovem um modo de ocupação tradicionalista do meio rural, a partir do velho motor da necessidade por aqueles que não alcançaram a prosperidade desejada na cidade. Contudo, há mudanças entre os que buscam o retorno a esse ambiente, por razões diferentes dos anteriores. (GIULIANI, 2019)

Giuliani (2019) dá conta de pessoas que decidem mudar-se para o campo e trabalhar na agricultura ou na criação de animais a partir de uma livre escolha, precisa e particular. Esses sujeitos, chamados de neorurais, abrem mão da vida nas cidades e de seus tipos de trabalho para reviver valores próprios do mundo rural, a partir de reflexões críticas sobre as vivências instituídas pela sociedade moderna.

“A volta às relações diretas com a natureza, a ciclos produtivos e tempo de trabalho mais longos e menos rígidos, ao ar puro e à tranquilidade, assim como o desejo de relações sociais mais profundas e, sobretudo, da auto-determinação, são as dimensões que atraem pessoas da cidade ao campo; assim como outrora as luzes da cidade atraíram a população do campo.” (GIULIANI, 2019, pg. 01)

Esses sujeitos têm perfis sociodemográficos e motivações diferentes para estar no campo, o que acaba por reconfigurar as atividades tradicionais desse ambiente. Por exemplo, podem ter maior escolaridade que a média dos agricultores, por terem crescido nas cidades, onde a educação de base é obrigatória.

Ao mesmo tempo, tendem a associar ao trabalho no campo o sentido de construção de um estilo de vida baseado em uma aproximação e melhor relação com a natureza. Práticas que unem agricultura e ecologia são predileções desses grupos, que atribuem a sua experiência no campo propósitos mais abstratos do que apenas a subsistência da família.

Isso porque o rural ecologizado resulta de visões de mundo diferentes do que preconiza a agricultura convencional. Trata-se de uma reação ao projeto modernizador, colocando-se como contrapondo ao mesmo tempo em que se aproxima de demandas sociais relacionados à agenda dos movimentos ambientais e dos grupos que se ocupam de um modelo de consumo responsável e da oferta de alimentos isentos de riscos de contaminação. (BRANDEBURG, 2010)

Em seu período de funcionamento como CSA, a ADAO chegou a ter em torno de sete produtores, todos certificados. Com o tempo, uma evasão se deu, por motivos diversos, seja a perda de consumidores até a mudança no formato de funcionamento, seja a opção desses sujeitos por adotarem outros modelos para seus negócios.

Depois do início da pandemia, alguns produtores decidiram por descontinuar suas produções agrícolas, não renovando as licenças, ou pela opção em voltar-se para mercados de produtos processados, ou por conta de desgaste pessoal e o desejo de encerrar esse tipo de atividade.

“O produtor mais antigo que estava na associação desde a fundação, que era o Doutor Braulio, agrônomo, mas ele já está idoso, perto dos seus 80 anos e ele levava a produção orgânica muito sozinho na família dele, sabe, então ele não conseguiu dar continuidade. E agora durante a pandemia, ele não conseguiu nem manter a certificação mesmo com o suporte da ADAO por causa de questões técnicas mesmo, ele não conseguia resolver todas as questões burocráticas de documentos, não por causa de falha na técnica de produção, mas por falha de documentação, os registros necessários. Ele não conseguiu manter sozinho e aí ele não teve condição de manter a certificação. Ao mesmo tempo em que o outro produtor mais antigo, que era o seu Osvaldo, ficou viúvo, desanimou da produção, vendeu a propriedade, e um terceiro produtor bem antigo, seu Francisco Monte teve um problema de saúde e acabou desistindo da produção orgânica *in natura*. A minha impressão é que ele continua com uma produção de polpa de frutas, mas essa de produção de fruta *in natura* ele acabou desistindo também. Então a gente teve essa perda de três produtores mais antigos nesse período dos dois últimos anos.” Produtor 1 [abr.2021]

Atualmente, três produtores associados são fornecedores e, também, integrantes da diretoria do grupo, atuando na organização e manutenção da feira, além da assistência dos outros fornecedores.

Wagner Pedrosa, geógrafo de formação, proprietário de um sítio próximo ao município de Guaramiranga, o Sítio do Vale da Biodiversidade, onde, além do cultivo e processamento de orgânicos, dispõe de serviço de restaurante e dois chalés para locação por temporada. Costuma receber grupos para visita, inclusive em parceria com pessoas e instituições. Diversos entrevistados revelaram terem projetos de levar grupos de pessoas para conhecer o espaço.

Regina Santiago, médica veterinária e diretora técnica da associação, atua há mais de 10 anos como terapeuta alimentar, além de estar em processo de execução de um projeto para aplicação de terapias de limpeza corporal e visitação de interessados em vivenciar o lazer disponível em propriedades rurais.

Após o fim da vigência dos decretos que suspenderam a feira por conta da pandemia, Santiago passou a comercializar o que ela chama de micro-vegetais, mudas recém brotadas, disponibilizadas em embalagens plásticas ainda plantadas ao substrato, e aconselhava que fossem consumidos crus, a fim de que conservarem o máximo das qualidades nutricionais como se os vegetais estivessem no ponto de colheita.

Eliú, contador de formação e funcionário público aposentado pelo INSS, possui uma propriedade no Eusébio, em uma área próxima à Fortaleza. Além de produzir orgânicos, costuma receber pessoas para vivenciar o agroturismo em sua propriedade. É, também, membro da Comissão de Orgânicos do Ceará, organizada pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

“Quando eu mudei pro Ceará eu me fiz a proposta de morar no campo. Eu falei, ‘bom, há muito tempo eu quero morar no campo, se eu vou mudar da casa onde eu vivo, desde que nasci, eu vou pro campo. E aí, já de início, aluguei um sítio perto do lugar onde eu vim pra trabalhar, e aí, nesse movimento de morar no sítio, eu fui percebendo os ciclos naturais, a coisa de fazer uma compostagem com o mato que você arranca do quintal. E aí isso veio me trazendo mais perto dessa conexão com a terra. E aí a uma certa altura eu conheci a permacultura. E aí, nessa de conhecer a permacultura, eu comecei a entender essa integração da minha vida pessoal com todo o entorno que tinha, não só com a terra, com a agricultura, mas com toda a minha vida. E isso foi começando a mudar até o meu estilo de consumo. Então, eu me vi desde os anos... isso foi mais ou menos em meados 90 que eu mudei pro Ceará, e aí, quando foi o início dos anos dois mil, eu já tinha percebido que eu tinha um contexto pra aprofundar junto com a terra, né.” Produtor 1 [abr.2021]

Brandenburg (2010) chama atenção para o processo de redefinição das identidades do agricultor neorural, o que lhe permite elaborar fontes de recursos diferentes mediante a atenção a possibilidades de fornecer produtos, serviços e experiências a diferentes perfis de públicos.

“O que se constata nessa situação é que os agricultores, na construção de seu projeto de vida, associam a reorganização dos processos produtivos fundamentados em princípios ecológicos com princípios de autonomia, saúde, trabalho em família e cultivo de relações em grupo, reforçando relações profissionais articuladas em rede.” (BRANDENBURG, 2010, pg. 426)

O mesmo entendimento sobre a possibilidade de que múltiplas maneiras de empreender o negócio na propriedade rural, vislumbrando diferentes formas de monetizar, é percebido no conceito de circuito-curto. A reconexão entre produtores e consumidores abrem

possibilidades antes não reconhecidas, fortalecendo a pequena agricultura, em especial as de base ecológica. (DAROLT, 2013)

Dois produtores revelaram grandes dificuldades em obter lucros da produção orgânica, chegando ao ponto de, durante longos períodos, precisarem arcar com os custos das propriedades rurais, pois o que comercializavam não era o suficiente para custear as despesas. As estratégias que adotaram para sanar tais falhas foi, justamente, vislumbrar outras possibilidades de ganho além da produção agrícola. A partir dessa percepção, passaram a planejar experiências terapêuticas e o agroturismo.

Luzia e Paulinha, arrendatárias dos dois outros boxes da feira, se ajustam aos valores preconizados pelos produtores e definem o seu mix de acordo com a proposta de uma alimentação saudável e sustentável, o que, em muitos momentos, se constituem em desejos dos próprios consumidores.

A primeira é a arrendatária do box da lanchonete, e adquiriu o direito de comercializar seus produtos por meio de uma licitação pública em 2011. Empreendedora do segmento alimentar há mais de vinte anos, costuma oferecer, além de opções para café da manhã, misturas de ervas para chás, panos de prato e redes, além de produtos considerados veganos, como hambúrguer feito de grão de bico e vegetais.

“Oportunidade. O pessoal vivia procurando, aí eu trouxe para vender. (...) O que eu tento fazer? Aquilo que é menos prejudicial para eles, né. Eu faço um bolo que é só goma e coco. Tapioca, é goma e coco. Cuscuz, não vai fazer mal, quem gosta, gosta. Tudo bem natural.” Entrevistado [mai.2021]

A segunda herdou o box de sua madrinha, uma das integrantes do grupo de famílias que fundou a ADAO. Ela e seu marido atentam-se em relação aos ingredientes para que os produtos ofertados estejam alinhados aos princípios não apenas técnicos, mas também éticos da produção orgânica, como priorizar pequenos produtores e agricultores.

“O mel é da agricultura familiar. A gente visita para saber se aquele produtor é realmente da agricultura familiar, tudo fiscalizado sabe. O meu pão, eu peço a farinha de trigo do Rio Grande do Sul, com produtos orgânicos. A farinha de trigo é orgânica. E as outras coisas são adquiridas da agricultura familiar de Guaraciaba do Norte. E a gente vai se virando, procurando alimentos de qualidade.” Expositor 1 [mai.2021]

Assim, a proposta da feira é construída, antes de tudo na vivência dos produtores, e trazida para o espaço pelos demais alinhados a essas perspectivas. Isso possibilita construções de relações mais sólidas e alçar esses sujeitos ao lugar de formadores de opinião.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Propomos observar na agricultura orgânica o seu potencial enquanto dispositivo transformador dos contextos que atravessa, implicando revisões processuais, articulações de redes de relacionamento, e, especialmente, da atualização e produção de conhecimentos. (AGAMBEN, 2005)

Assim, ampliamos o entendimento sobre o que reverbera a partir dessa multidimensionalidade do produto orgânico. Embora seja resultado de conteúdos desenvolvidos e estudados por um campo do conhecimento tradicional e consolidado, as ciências agrárias, perpassa instâncias as mais diversas possíveis do cotidiano. Novos modos de existir se constituem a partir dele.

Enquanto sistema produtivo, com seu conjunto de conhecimentos que confrontam processos tradicionais e aprimoramentos conquistados pela ciência, atualiza o fazer agricultura. Dessa forma, sua dimensão técnica provoca revisões nos fundamentos das ciências agrárias, transformando outros modos de produção.

Princípios morais são elaborados a partir desse sistema, atribuindo a práticas e tecnologias aspectos subjetivos e filosóficos, como o devir e as intencionalidades. Assim, os impactos do fazer ficam submetidos às preocupações com a natureza, o que nem sempre aconteceu nas agriculturas.

Ao mesmo tempo, a dimensão ética da produção orgânica resulta em perspectivas diferentes sobre a relevância do pequeno agricultor e dos conhecimentos ancestrais. A relação desses sujeitos com a natureza pauta entendimentos renovados sobre os princípios que devem nortear o rural, atualizando os modos de ocupar o campo, implicando em uma revalorização do pequeno agricultor e das culturas locais, que ganham outra importância, inclusive, como fator que garante a soberania alimentar das áreas urbanas.

O valor simbólico atribuído a *commodities* agrícolas abre espaço para ganhos maiores por parte dos pequenos produtores, e, também, por novas formas de monetizar a propriedade rural. Assim, a dimensão mercadológica dos orgânicos amplia as fontes de renda e as formas de fazer negócio com a agricultura, possibilitando práticas concernentes a outros universos, como o agroturismo.

Enquanto bem de consumo, relaciona-se a práticas consideradas responsáveis, aproximando os orgânicos do campo do ativismo. Assim, a dimensão política desses produtos

vai implicar na construção de um estilo de vida que leva em consideração as consequências futuras das escolhas dos sujeitos, passando a ser considerada atitude cidadã.

A dimensão nutricional desse produto evidencia-se nos debates sobre riscos alimentares decorrentes de contaminações e de processos industriais que empobrecem de nutrientes os alimentos comercializados. Assim, o orgânico ganha relevância por ser considerado viabilizador da saúde física.

A dimensão ambiental fortalece esse produto diante de um tema sensível na atualidade, tornando-se aliado para os processos de recuperação de áreas degradadas e preservação de ecossistema devido ao modo de produção que é taxativo quanto ao respeito ao meio ambiente.

E, a partir dos entendimentos sobre a importância dos circuitos curtos para o fortalecimento do pequeno produtor e da agricultura ecológica, é possível vislumbrar uma dimensão relacional, posto que seus modos de comercialização preconizam a importância de episódios de interação entre consumidor e produtor. Os laços de confiança que se estabelecem são alimentados, ao mesmo tempo em que produzem, sentidos que circulam, o que resulta no fortalecimento desse segmento.

No espaço da feira, essas dimensões podem ser acionadas de diversas formas, seja a partir da exposição dos produtos, nas sociabilidades, especialmente dialógicas em que saberes são compartilhados, reelaborando conteúdos apropriados pelos interlocutores e que, assim, geram matérias-primas para novas interações.

Contudo, a partir do que foi analisado na feira, é possível perceber oportunidades. Alguns conteúdos poderiam ser mais acionados, ou mesmo explicitados, pelos produtores e organizadores em suas abordagens. É o caso do apoio ao pequeno produtor, que poderia ser apresentado mais frequentemente para que as pessoas se conscientizassem sobre preços e a forma de pagamento definidos na feira.

Os grupos de formação, o que acontecia com frequência no período em que a ADAO funcionou como associação, poderiam ser retomados, ainda que como iniciativa apenas da organização. O fortalecimento das redes sociais que vemos atualmente possibilitariam produções de conteúdos nos mais diversos formatos, facilitando a adesão por parte dos frequentadores.

Mais informações sobre a produção orgânica capacitariam os consumidores, possibilitando melhor entendimento sobre os benefícios e as técnicas. Além da restrição à proibição do uso do agrotóxico, esses sujeitos entenderiam a importância das técnicas para o equilíbrio do ecossistema e, também, das ameaças as quais o pequeno agricultor estão expostos.

Por fim, percebemos que as relações que acontecem na feira são permeadas por afetos e que, embora tenha findado o modelo anterior, resiste a confiança e a identificação dos consumidores com ADAO.

Em sua forma legal, a CSA não mais existe, mas ela resiste entre aqueles que conheceram sua origem e perdura, sendo levada a frente, o seu sentido, pelos que continuam a manter a relação com a associação, mesmo que em um formato diferente.

REFERÊNCIAS

- AGABEN, Giorgio. **O que é dispositivo. In: Outra Travessia.** Nº 5. Revista de Literatura. Programa de Pós-Graduação em Literatura. Universidade Federal de Santa Catarina: 2º Semestre, 2005. p. 9-16
- ALVES, Alda Cristiane Oliveira; DOS SANTOS, André Luis de Sousa; DE ANDRADES, Thiago Oliveira de; GANIMI, Rosângela Nasser. **Revolução Verde e a apropriação capitalista.** CES Revista. V. 21. Juiz de Fora, 2007.
- ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante.** Artmed. Porto Alegre, 2009.
- AZEVEDO, Rose Mary Maduro Camboim. **Agricultura orgânica no Brasil: sua trajetória para a certificação compulsória.** *Revista Brasileira de Agroecologia*, [S.l.], v. 7, n. 2, sep. 2012. ISSN 1980-9735. Disponível em: <http://revistas.aba-agroecologia.org.br/index.php/rbagroecologia/article/view/10085> Acesso em 17/02/2021.
- BARBOSA, Livia; CAMPBELL, COLIN. *Cultura, consumo e cidadania.* Editora FGV. Rio de Janeiro, 2006.
- BARBOSA, Livia. **Cultura, consumo e identidade.** Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.
- BARBOSA, Livia. **Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros.** *Revista Horizontes Antropológicos.* Ano 13. N. 28. Porto Alegre: Jul./Dez-2007. P. 87-116. Disponível em <https://www.scielo.br/j/ha/a/3dBn939KJKHfnfcbdTfjPn/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em 17/02/2021.
- BASTOS, Liliana Cabral; SANTOS, Willian Soares. **A entrevista na pesquisa qualitativa: perspectivas em análise da narrativa e de interação.** Quater: Faperj. Rio de Janeiro, 2013.
- BECK, Ulrich. **Sociedade de risco: rumo a uma outra modernidade.** 2ª ed. São Paulo: Editora 34, 2011.
- BIZERRIL, José. **O vínculo etnográfico: intersubjetividade e co-autoria na pesquisa qualitativa.** *Revista Universitas Ciência da Saúde.* Nº 2. Vol 2. Brasil, 2004.
- BORGES, Fábio Mariano. **Consumerismo e consumidores indignados: negativismo contra as marcas nas redes sociais.** Tese de doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP. São Paulo, 2017.
- BRAGA, José Luiz. **Interações como contexto da Comunicação.** *Revista Matrizes,* Ano 6. Nº 1. São Paulo, Jul/Dez-2012. P. 25-41.
- BRAGA, José Luiz. **Nem rara, nem ausente – tentativa.** *Revista Matrizes,* Ano 4. Nº 1. São Paulo, Jul/Dez-2010. P. 65-81.
- BRAGA, José Luiz. **Matrizes interacionais – A comunicação constrói a sociedade.** EDUEPB. Campina Grande, 2017. Acessível em: <http://www.uepb.edu.br/ebooks/>
- BRAGA, José Luiz; CALAZANS, Regina; RABELO, Leon. **Matrizes interacionais: A comunicação constrói a sociedade.** Coleção Paradigmas da Comunicação. EDUEPB. João Pessoa, 2017. Disponível em: <http://www.uepb.edu.br/ebooks/>

BRANDEMBURG, Alfio. **Do rural tradicional ao rural socioambiental**. Vol XIII. Nº 2. Revista Ambiente & Sociedade. Campinas, jul-dez, 2010. Páginas 443-454

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 4ª Ed. Editora UFRJ. Rio de Janeiro, 1999.

CASTAÑEDA, Marcelo. **A emergência dos alimentos orgânicos: relações com as tendências de alimentação contemporânea**. Artigo apresentado. V ENEC – Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Rio de Janeiro, 2010.

CASTAÑEDA, Marcelo. **Ambietalização e politização do consumo da vida cotidiana: nexos de fazeres e dizeres das práticas de compra de alimentos orgânicos**. Artigo apresentado. V ENEC – Encontro Nacional de Estudos do Consumo. Rio de Janeiro, 2010.

CARSON, Rachel. **Primavera Silenciosa**. Editora Guaia, 2010.

DAROLT, Moacir Roberto. **Guia do Produtor Orgânico**. Sociedade Nacional de Agricultura: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Centro de Inteligência de Orgânicos, 2015.

DAROLT, Moacir Roberto. **Circuitos curtos de comercialização de alimentos agroecológicos: reconectando produtores e consumidores**. *In*: Agroecologia, práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Editora Kairós: Curitiba, 2013.

DORNELES, Ana Braga. **Cultivando a pedagogia dos encontros: experiências educativas da comunidade que sustenta a agricultura (CSA) em Brasília-DF**. Dissertação de Mestrado. Faculdade de Educação (FE). Universidade de Brasília, 2020.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **Mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. UFRJ, 2006.

DUARTE, Alice. **A antropologia e o estudo do consumo: revisão crítica das suas relações e possibilidades**. *Etnográfica* [Online]. Vol. 14 (2) | 2010. Online desde 17/10/ 2011. Disponível em: <http://journals.openedition.org/etnografica/329>

DURKHEIM, Émile. **Educação e Sociologia**. Editora Vozes: Petrópolis, 2011.

ECHEGARAY, Fábian. **Votando na prateleira: a politização do consumo na América Latina**. Revista Opinião Pública., Vol. 18. Nº 1. Campinas: Junho-2012. P. 44-67.

FARIA, Anna Bastos. **Ética, consumo e Meio Ambiente**. Ape'ku Editora: Rio de Janeiro, 2019.

FERREIRA, Silvana Maria. **Peregrinos da Terra Prometida: Comissão Pastoral da Terra e trajetória político-religiosa (1975-2003)**. Revista dos Alunos do Programa de Pós-graduação em Ciência da Religião. Universidade Federal de Juiz de Fora. Vol. 1, Nº 1. 2004, pg. 137-152. Disponível em: <http://www.ufjf.br/sacrilogens/files/2009/08/1-10.pdf>

FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura de consumo: fundamentos e formas contemporâneas**. Editora FGV. Rio de Janeiro, 2017.

GALINDO, Flávia; PORTILHO, Fátima. **O peixe morre pela boca: como os consumidores entendem os riscos dos agrotóxicos e dos transgênicos na alimentação**. *In*: Sustentabilidade em debate. Vol. 6. Nº 2. Maio/Agosto-2015. P. 73-87.

- GEERTZ, Clifford. **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa**. 12. ed. Editora Vozes: Petrópolis, 2012.
- GIULIANI, Gian Mario. **Neoruralismo: o novo estilo dos velhos modelos**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. Vol. 5. Nº 14. ANPOCS. Rio de Janeiro, Outubro-2019.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Editora Vozes: Petrópolis, 1985.
- GUBER, Rosana. **La Observacion Participante. In: La Etnografia. Método, campo y reflexividad**. Grupo Editorial Norma. Buenos Aires, 2001.
- GRAZIANO DA SILVA, José. **A nova dinâmica da agricultura brasileira**. 2ª edição. Unicamp, IE. Campinas-SP, 1998.
- GUIVANT, Julia S. **Os supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip**. Revista Ambiente & Sociedade. Editora ANNPAS. Vol. 6. Nº 2. São Paulo, Jul/Dez, 2003. Pg. 63-81. Disponível em: v6n2a04 (scielo.br)
- HENDERSON, Elizabeth; VAN EN, Robyn. **Sharing the Harvest: a guide to Community supported agriculture**. Chelsea Green Publishing Co., 2007
- HOWARD, Sir Albert. **An Agricultural Testament**. Oxford University Press, 1941.
- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. 12 ed. Pearson Prentice Hall: São Paulo, 2006.
- KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**. 3ª ed. Editora Elsevier. Rio de Janeiro, 2010.
- LIMA, Sandra Kitakawa; GALIZA, Marcelo; VALADARES, Alexandre; ALVES, Fabio. **Produção e consumo de produtos orgânicos no mundo e no Brasil**. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Brasília, Fevereiro/2020. Disponível em: TD_2538.pdf (ipea.gov.br)
- LUTZENBERGER, José A. **O absurdo da agricultura**. Estudos Avançados, nº 15, 2001.
- LUZZI, Nilsa. **O debate agroecológico no Brasil: uma construção a partir de diferentes atores sociais**. Tese de Doutorado. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Instituto de Ciências Humanas e Sociais, 2007.
- MAFFESOLI, Michel. **O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2ª edição. Forense Universitária. Rio de Janeiro, 1998.
- MAIA, Natália; PAZ, Isabel. **A distância entre nós: história do mercado de ferro de Fortaleza**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2018.
- MALTHUS, Thomas. **Princípios de Economia Política**. Abril Cultura. São Paulo, 1978.
- MARTIN-BARBERO, Jesus. **Dois meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Editora UFRJ: Rio de Janeiro, 1997.
- MAZOYER, Marcel; ROUDART, Laurence. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea**. Editora UNESP. Brasília, 2010.
- MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Editora MAUAD. Rio de Janeiro, 2015.

MILER, Daniel. **Teoria das Compras**. Editora Nobel. 2002

MILER, Daniel. **Consumo como cultura material**. Horizontes Antropológicos. Ano 13. Nº 28. Porto Alegre, jul./dez. 2007. Pg. 33-63. Disponível em:
<https://www.scielo.br/jj/ha/a/68xnZMhnd73FV347vdBrvSH/?lang=pt>

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. 2ª ed. Editora SENAC: São Paulo, 2008.

MOREIRA, Roberto José. **Críticas ambientalistas à Revolução Verde**. Estudos Sociedade e Agricultura. Vol. 8. Nº 15. UFRRJ/CPDA. Outubro, 2000: 39-52. Disponível em:
<https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/176>

OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino. **A geografia das lutas no campo**. Editora Contexto: São Paulo, 1994.

OLIVEIRA, Ricardo Osorio de. Value of the brand (**Brand Equity**) *IN* agricultural commodities: consumer perceptions and attitudes about the Brazilian pork and imported. Dissertação. Mestrado em Gestão Internacional. Associação Escola Superior de Propaganda e Marketing: São Paulo, 2012.

PEIRANO, Mariza. **Rituais ontem e hoje**. Jorge Zahar Editor. Rio de Janeiro, 2003.

PORTILHO, Fátima. **O discurso internacional sobre consumo sustentável: possibilidades de ambientalização e politização da esfera privada**. Tese. Doutorado. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2003.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. Editora Cortez. São Paulo, 2005.

PORTILHO, Fátima. **Consumidores de alimentos orgânicos: discursos, práticas e auto-atribuição de responsabilidade socioambiental**. XXVI Reunião Brasileira de Antropologia. Porto Seguro, 2008.

PORTILHO, Fátima. **Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados**. Política e Sociedade. Vol. 8. Nº 15. Outubro-2009. P. 199-224.

PRADO, Shirley Donizete. **Estudos socioculturais em alimentação e saúde**. Eduerj: Rio de Janeiro, 2016.

PRIMAVESI, Ana Maria. **Agroecologia e manejo do solo**. Revista Agriculturas. Vol. 5. Nº 3. Setembro, 2008.

ROCHA, Luciana Thibau. **Agricultura Orgânica: Quando o passado é futuro**. BNDES Setorial. Nº 15. Rio de Janeiro, Março-2002. P. 3-34

RIVERA, Jairo Restrepo. **Manual de Agricultura Orgânica**. Editora Atalanta. Santa Catarina, 2014.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 9ª edição. Editora Record: São Paulo, 2006.

SERAFIM, Claudio Hugo Moreira. **Análise de sustentabilidade da produção orgânica do município de Guaraciaba do Norte, Ceará: um estudo de caso**. Dissertação. Mestrado em Economia Rural. Universidade Federal do Ceará, 2007.

SCARABELOT, Maristela; SCHNEIDER, Sérgio. **As cadeias agroalimentares curtas e desenvolvimento local: um estudo de caso no município de Nova Venéza/SC**. Revista Faz Ciência. Vol. 14. Nº 19. Francisco Beltrão/SC: Jan/Jun, 2012. Pg. 101-130. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/fazciencia/article/view/8028>

SIMMEL, George. **Sociabilidade, um exemplo de sociologia pura ou formal**. In: E. Moraes Filho (org.), Georg Simmel: sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

SODRÉ, Muniz. **A ciência do comum: notas para o método comunicacional**. Editora Vozes. Petrópolis-RJ: 2014.

SOUZA, Vitor Hélio Pereira de; DOURADO, José Aparecido Lima. **Sistema orgânico de produção e a questão agrária: notas para debate**. Revista Caminhos da Geografia. Vol. 15. Nº 52. Dezembro-2014.

TOFLER, Alvim. **A Terceira Onda**. Editora Record: Rio de Janeiro, 1981.

TORRES, Camila Lombardi. **Comunidade que sustenta a agricultura: a reaplicação da tecnologia social a partir dos casos pioneiros em Brasília**. Dissertação de Mestrado. Instituto de Artes. Universidade de Brasília, 2017.

TROVATTO, Cássio Murilo Moreira; BIANCHINI, Valter; SOUZA, Cláudia de; MEDAET, Jean Pierre; RUANO, Onaur. **A construção da política nacional de agroecologia e produção orgânica: um olhar sobre a gestão do primeiro plano nacional de agroecologia e produção orgânica**. In: A política nacional de agroecologia e produção orgânica no Brasil: uma trajetória de luta pelo desenvolvimento rural sustentável. IPEA. Brasília, 2017. Disponível em:

<http://repositorio.ipea.gov.br/bitstream/11058/8806/1/A%20Constru%C3%A7%C3%A3o.pdf>

VERGÉ, Armando Bartra. **Os novos camponeses: leituras a partir do México profundo**. Cultura Acadêmica: Cátedra Unesco de Educação do Campo e Desenvolvimento Rural. São Paulo, 2011.

VILELA, Diego Breno Leal. **Consumo político e ativismo vegano: dilemas da politização do consumo na vida cotidiana**. Estudos, Sociedade e Agricultura. Vol. 25. Nº 2. Junho-2017. P. 353-377.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação**. Editora Papirus. 1998.

YAMAMOTO, Eduardo Yuji. **Desentranhar o comunicacional: a comunicação segundo José Luiz Braga**. Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação. Vol 1. Nº 2. Jul-Dez/2013.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA QUALITATIVA

1. Nome (caso concorde)

2. Contato (fone, email)

3. Qual a sua faixa etária?

- a. Até 20 anos
- b. 21 – 31 anos
- c. 32 – 45 anos
- d. 46 – 64 anos
- e. 65 + anos

4. Qual seu Estado Civil?

- a. Solteiro
- b. Casado
- c. Relação estável
- d. Divorciado
- e. Viúvo

5. Tipo de residência?

- a. Casa
- b. Apartamento
- c. Outros

6. Quantos moram na residência?

1 / 2 / 3 / 4 / + de 4

7. Qual seu nível de escolaridade?

- a. Ensino Fundamental
- b. Ensino Médio
- c. Ensino Superior
- d. Pós-Graduação

8. Qual a sua profissão OU ocupação OU fonte de renda principal?

9. Qual a renda total da sua família?

- a. Até 1 salário mínimo

- b. De 2 a 4 salários mínimos
- c. De 5 a 8 salários mínimos
- d. De 9 a 15 salários mínimos
- e. De 16 a 20 salários mínimos
- f. Mais de 21 salários mínimos

10. A partir do mapa anexo, em que área da região metropolitana você reside?

- a. Regional ____
 - b. Região Metropolitana (Caucaia, Maracanaú, Pacatuba, Itaitinga, Eusébio, Aquiraz).
 - c. Em outra cidade.
-
-

11. Desde quando é cliente da ADAO?

12. Que tipo de transporte você utiliza para vir à feira?

13. Costuma chegar e sair em que horário?

14. Você costuma comprar que tipo de alimentos na feira?

15. Qual o gasto médio em cada compra?

16. Como você se informa sobre a feira?

17. Qual a sua frequência de visitas à feira antes da pandemia?

- a. Sou assíduo semanalmente
- b. No mínimo, duas vezes por mês
- c. Frequência mensal
- d. Algumas vezes no ano

18. Costuma comprar orgânicos em outros locais? Onde?

19. Você costuma averiguar se os locais onde compra orgânicos são certificados? Se sim, de que forma?
- _____
20. Por que você consome alimentos orgânicos?
- _____
21. Costuma consumir, preferencialmente (cru, cozido, processado em sucos etc.):
- _____
22. Por que você frequenta a Feira da ADAO?
- _____
23. Houve algo relevante sobre seus hábitos alimentares (ou outro) que você aprendeu na feira?
- _____
24. Considera possuir hábitos de consumo responsáveis? Quais?
- _____
25. Você costuma se informar, preferencialmente, por quais meios de comunicação? (os três principais)
- a. TV aberta
 - b. TV fechada
 - c. Sites de notícias
 - d. Redes sociais
 - e. Canais impressos (revista, jornal etc)
 - f. Outros
26. Lembra-se de ter ouvido alguma notícia recente sobre os orgânicos? Qual? Em que meio?
- _____

Referências para respostas

Regionais:

1

- Território 2: Vila Velha e Jardim Guanabara

- Território 3: Barra do Ceará
- Território 4: Cristo Redentor e Pirambu
- Território 5: Carlito Pamplona e Jacarecanga
- Território 6: Jardim Iracema, Floresta e Álvaro Weyne

2

- Território 7: Meireles e Aldeota
- Território 8: Varjota, Papicu e De Lourdes
- Território 9: Cais do Porto, Mucuripe e Vicente Pinzón
- Território 10: Joaquim Távora, Dionísio Torres e São João do Tauape

3

- Território 11: Quintino Cunha, Olavo Oliveira e Antônio Bezerra
- Território 12: Padre Andrade e Presidente Kennedy
- Território 13: Vila Ellery, Monte Castelo , São Gerardo e Farias Brito
- Território 14: Parque Araxá, Parquelândia, Amadeu Furtado e Rodolfo Teófilo

4

- Território 15: José Bonifácio, Benfica e Fátima
- Território 16: Damas, Jardim América, Bom Futuro e Montese
- Território 17: Itaoca, Parangaba e Vila Peri
- Território 18: Parreão, Vila União e Aeroporto

5

- Território 39: Granja Lisboa, Granja Portugal, Bom Jardim, Siqueira e Bonsucesso

6

- Território 26: Alto da Balança e Aerolândia
- Território 27: Jardim das Oliveiras, Cidade dos Funcionários e Parque Manibura
- Território 28: Parque Iracema, Cambeba e Messejana

- Território 29: José de Alencar, Curió, Guajeru e Lagoa Redonda
- Território 30: Coaçu, São Bento e Paupina

7

- Território 22: Praia do Futuro I e Praia do Futuro II
- Território 23: Cocó, Cidade 2000 e Manuel Dias Branco
- Território 24: Salinas, Guararapes e Luciano Cavalcante
- Território 25: Edson Queiroz, Sapiranga/Coité e Sabiaguaba

8

- Território 19: Serrinha, Itaperi e Dendê
- Território 20: Dias Macêdo, Boa Vista, Parque Dois Irmãos e Passaré
- Território 21: Planalto Ayrton Senna e Prefeito José Walter

9

- Território 31: Cajazeiras e Barroso
- Território 32: Conjunto Palmeiras e Jangurussu
- Território 33: Parque Santa Maria, Ancuri e Pedras

10

- Território 34: Parque São José, Novo Mondubim, Canindezinho, Conjunto Esperança, Parque Santa Rosa, Parque Presidente Vargas e Aracapé
- Território 35: Maraponga, Jardim Cearense, Mondubim e Vila Manoel Sátiro

11

- Território 36: Pici, Bela Vista, Panamericano, Couto Fernandes e Demócrito Rocha
- Território 37: Autran Nunes, Dom Lustosa, Henrique Jorge, Jóquei Clube e João XXIII
- Território 38: Genibaú, Conjunto Ceará I e Conjunto Ceará II

12

- Território 1: Centro, Moura Brasil e Praia de Iracema

Salários:

- a. Até 1 salário mínimo
- b. De 2 a 4 salários mínimos
- c. De 5 a 8 salários mínimos
- d. De 9 a 15 salários mínimos
- e. De 16 a 20 salários mínimos
- f. Mais de 21 salários mínimos

ANEXO B – ROTEIRO PARA ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

1. Abordagem inicial

“Me conte de você: sua história de vida, seus pais, de onde você veio, para onde vai...”

2. Trajetória do consumidor.

- a. Qual/Quais fatos fizeram você passar a consumir produtos orgânicos?
- b. Por que você se mantém consumindo orgânicos?
- c. Consome há quanto tempo? Por quê?
- d. Em algum momento deixou de consumir ou diminuiu a frequência? Por quê?
- e. Em algum momento aumentou a frequência de consumo? Por quê?

3. Análise do Processo de Compra

- a. Onde costuma comprar orgânicos? Qual(is) local(is) de sua preferência? Por quê?
- b. Qual a frequência de compra? Por quê?
- c. Quais tipos de alimento sempre compra? Por quê?
- d. Quais tipos nunca ou raramente compra? Por quê?
- e. Em média, quanto costuma gastar em cada compra de orgânicos (valor total)?
- f. Costuma levar algum recipiente específico para acondicionar os produtos, como caixas de papelão ou sacolas ecológicas?
- g. Costuma conferir as certificações ou autorizações do produtor quando compra orgânicos?
- h. A compra de orgânicos costuma acontecer em separado dos demais alimentos, ou acontece em conjunto com os demais itens? Existe algum tipo de organização quanto a isso?

4. Práticas de consumo

- a. Como costuma consumir os orgânicos? Ao natural? No preparo de alimentos?
- b. No segundo caso, quais tipos de pratos?
- c. Quem costuma preparar os pratos?
- d. Quem costuma consumir os pratos preparados?

- e. Os alimentos orgânicos costumam ser usados em todos os pratos ou existe alguma restrição?
- f. Existe o costume em consumir orgânicos especialmente em datas específicas, como aniversários e outros momentos de celebração?
- g. Existe alguma restrição quanto ao consumo de alimentos orgânicos?

5. Justificativas

- a. Quais os motivos para optar por alimentos orgânicos?
- b. Por que essas questões são relevantes para você?
- c. Como soube desses benefícios? Existe alguém da sua confiança que costuma informá-lo a respeito desse tipo de alimento?
- d. Observou alguma mudança na sua saúde ou no meio onde vive depois que passou a consumir orgânicos?
- e. Costuma escolher outros tipos de alimentos a partir de motivos como esses?
- f. Costuma agir em outros âmbitos da sua vida a partir de motivos como esses?
- g. O que você sabe sobre o processo de certificação dos orgânicos? Soube de que forma? O que considera mais importante nesse processo?
- h. Tem algum receio em consumir produtos com agrotóxicos ou fertilizantes? Em que nível?
- i. O quão relevante você acredita ser a escolha por consumir orgânicos? O quanto essa escolha pode determinar melhorias na vida da coletividade?
- j. Quais significados você atribui ao orgânico para você, para a sociedade, para as comunidades rurais?
- k. Enfrenta restrições na aquisição desse produto? Como lida com a falta deles?

6. A feira da ADAO

- a. Há quanto tempo você frequenta a feira da ADAO?
- b. Qual a frequência média de visitas a esse local?
- c. Continuou consumindo orgânicos durante a pandemia? Comprou da ADAO?
- d. Costuma encontrar conhecidos na feira? Se sim, quem são eles?

- e. Fez amizades depois que começou a frequentar a feira? Qual o nível de intimidade com essas pessoas? Elas são estariam relacionadas a que áreas da sua vida? (trabalho, lazer, família, espiritualidade, vida financeira, esporte)
- f. Considera alguém na feira um formador de opinião quanto a práticas de consumo saudáveis/responsáveis? Quem? Por quê?
- g. Passou a consumir algum tipo de alimento ou ter algum hábito por influência da feira, ou de alguém específico de lá? O quê? Por quê?

7. Consumo midiático

- a. Costuma informar-se através de meios de comunicação? Quais? E qual a ordem de importância para você?
- b. Quais comunicadores são os mais relevantes em sua opinião?
- c. Através de quais meios costuma informar-se sobre: política, mundo do entretenimento, alimentação, saúde, cidadania? Quais os comunicadores mais relevantes para cada área?

ANEXO C – TABELAS DE RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO

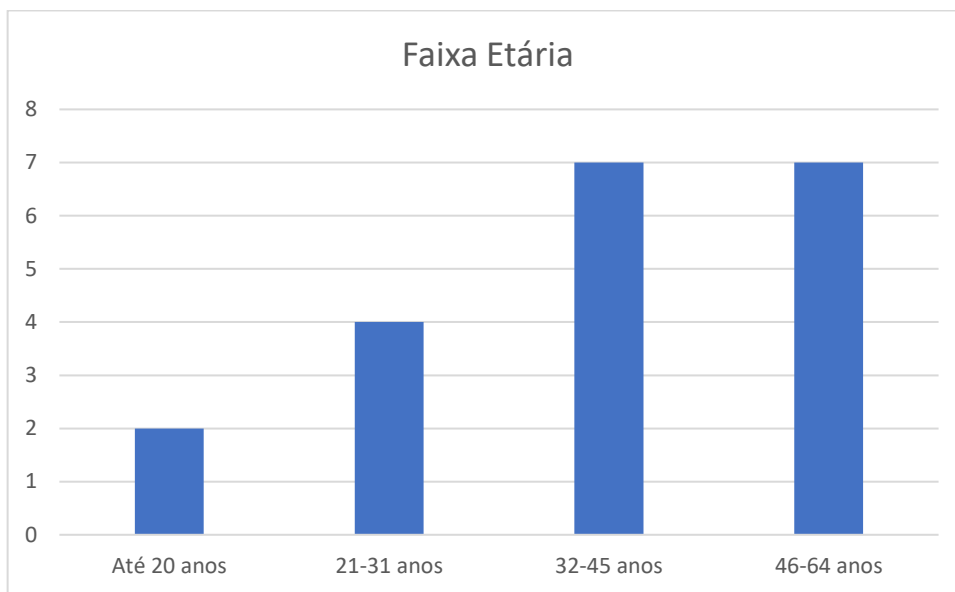


Gráfico 1: resultados do questionário sobre Faixa Etária.

Fonte: pesquisa feita pelo autor.

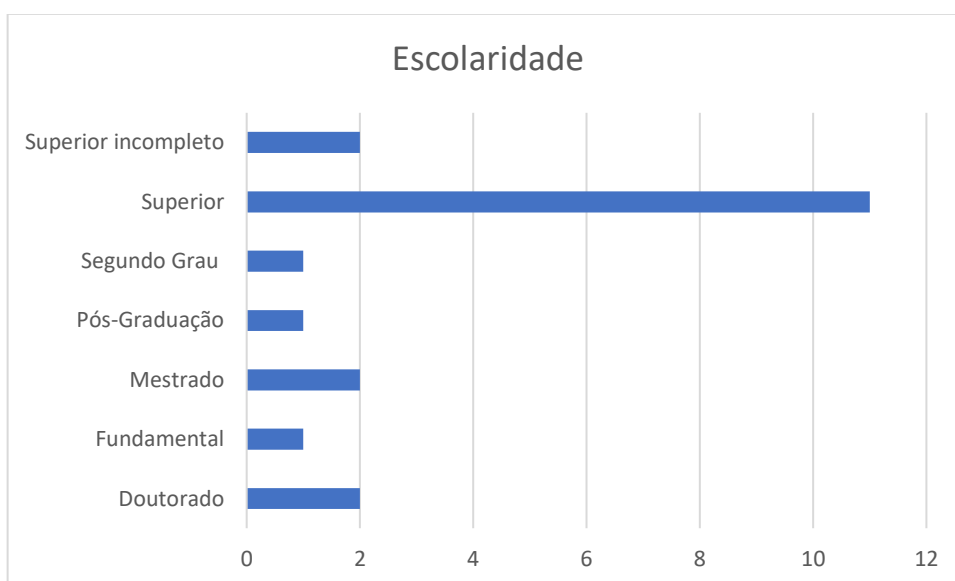


Gráfico 2: resultados do questionário sobre Escolaridade.

Fonte: pesquisa feita pelo autor.

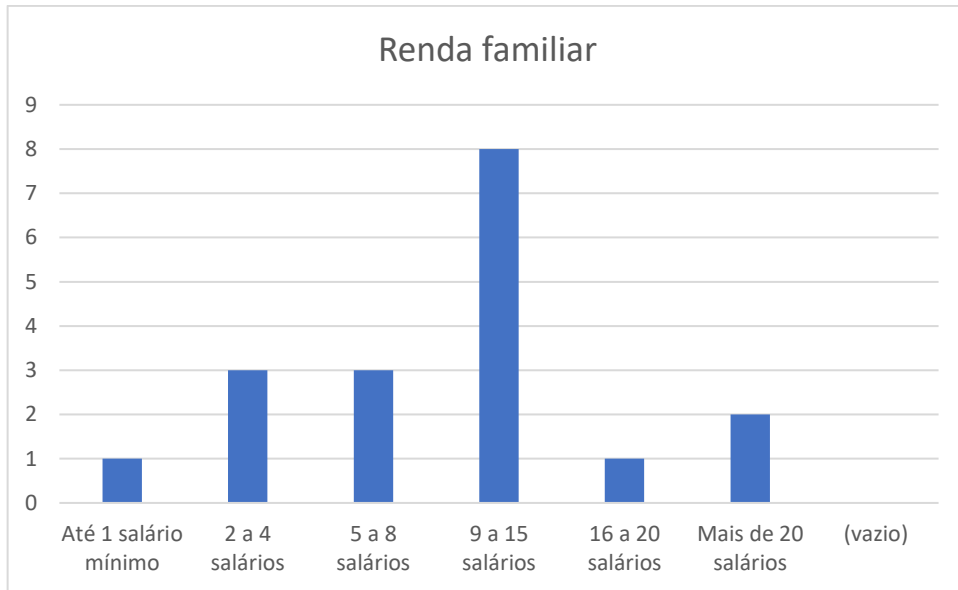


Gráfico 3: resultados do questionário sobre Renda Familiar.

Fonte: pesquisa feita pelo autor.

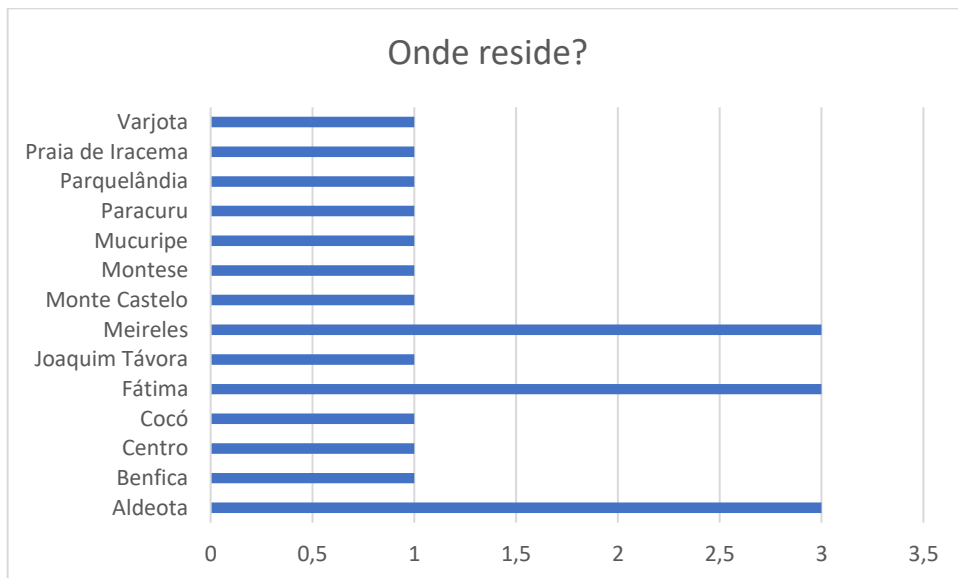


Gráfico 4: resultados do questionário sobre local da residência.

Fonte: pesquisa feita pelo autor.

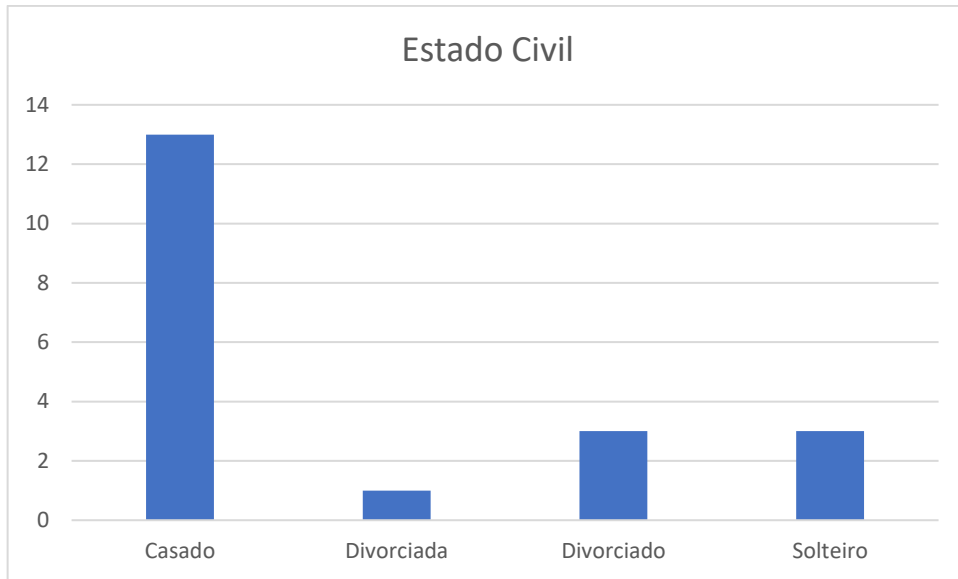


Gráfico 5: resultados do questionário sobre Estado Civil.

Fonte: pesquisa feita pelo autor.

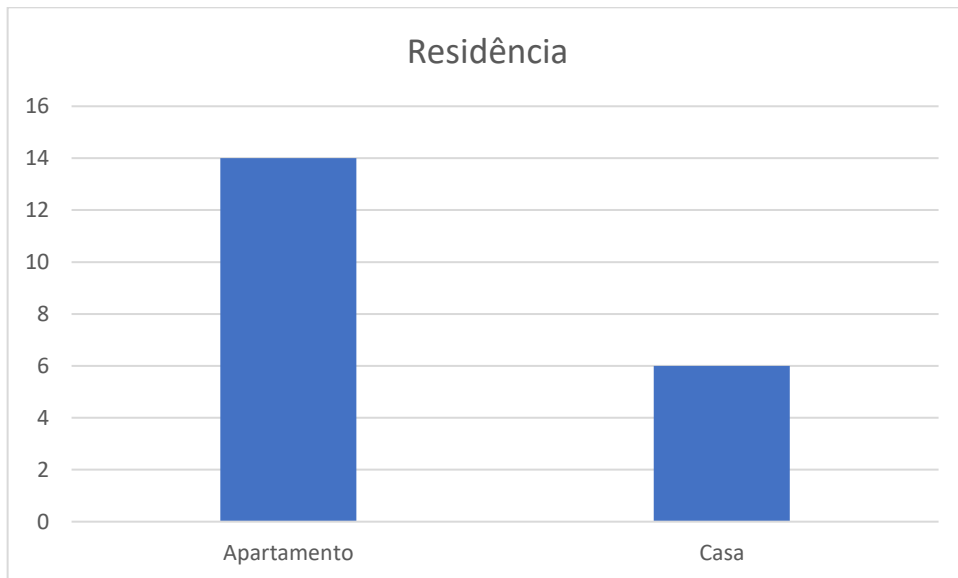


Gráfico 6: resultados do questionário sobre Residência.

Fonte: pesquisa feita pelo autor.

ANEXO D – FOTOS DIVERSAS DA FEIRA DA ADAO



Foto 1: A entrada da feira no Mercado dos Pinhões

Fonte: feita pela pesquisadora.



Foto 2: Visão interna da feira no Mercado dos Pinhões

Fonte: feita pela pesquisadora.



Foto 3: Dois frequentadores planejando um curso.

Fonte: feita pela pesquisadora.



Foto 4: visão dos boxes de produtos de processados.

Fonte: feita pela pesquisadora.



Foto 5: frente do Mercado Cultural dos Pinhões, sede provisória da feira.

Fonte: feita pela pesquisadora.



Foto 6: espaço interno do Mercado Cultural dos Pinhões, sede provisória da feira.

Fonte: feita pela pesquisadora.



Foto 7: Corredor lateral do Mercado Cultural dos Pinhões, sede provisória da feira.

Fonte: feita pela pesquisadora.