

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Instituto de Filosofia, Sociologia e Política
Programa de Pós-graduação em Sociologia



Dissertação

Redes Agroalimentares Alternativas e Consumo Político:
o caso das feiras ecológicas de Porto Alegre, RS.

Graciela Cristina Dillemburg Martil

Pelotas, 2016

GRACIELA CRISTINA DILLEMBURG MARTIL

Redes Agroalimentares Alternativas e Consumo Político:

o caso das feiras ecológicas de Porto Alegre, RS.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia, Sociologia e Política da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção de título de Mestre em Sociologia.

Orientador: Prof. Dr. Flávio Sacco dos Anjos

Coorientadora: Dra. Fernanda Novo da Silva

Pelotas, 2016

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação na Publicação

M378r Martil, Graciela Cristina Dillemburg

Redes agroalimentares alternativas e consumo político : o caso das feiras ecológicas de Porto Alegre, RS / Graciela Cristina Dillemburg Martil ; Flávio Sacco dos Anjos, orientador ; Fernanda Novo da Silva, coorientadora. — Pelotas, 2016.

145 f. : il.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Instituto de Filosofia, Sociologia e Política, Universidade Federal de Pelotas, 2016.

1. Redes agroalimentares alternativas. 2. Feiras orgânicas. 3. Consumo político. 4. Consumo sustentável. I. Anjos, Flávio Sacco dos, orient. II. Silva, Fernanda Novo da, coorient. III. Título.

CDD : 306

AGRADECIMENTOS

Penso que no momento de elaborar os agradecimentos é inevitável fazer uma retrospectiva sobre o período que compreende a conclusão da dissertação. Isso se traduz em conceder uma pausa para o respiro, onde, neste respirar, passa em nossa mente e coração todo o processo percorrido até chegarmos à conclusão desta etapa. Neste percurso, muitas pessoas contribuíram de uma forma ou de outra, o que implicaria em agradecer interminavelmente, também, por cada rosto, por cada expressão que nesta estrada passou e me deu força ou consolo, marcando-me de alguma forma. Com este entendimento, considero que, mesmo não sendo citado neste breve espaço, estas pessoas figuram em minha consciência com imensa gratidão.

Desta forma início os agradecimentos, antes de qualquer outra circunstância, a todos os produtores e feirantes com quem tive o prazer de conviver e aprender durante o período de campo e que de forma tão prestativa e carinhosa colaboraram para esta dissertação.

Da mesma forma, agradeço muitíssimo a todos os consumidores, que se dedicaram e dispuseram a dar seus relatos para esta pesquisa.

Agradeço imensamente ao Professor Dr. Flávio Sacco dos Anjos, por aceitar a minha orientação, por ser o profissional de caráter e competência que tanto tem a ensinar e por sua dedicação na condução e orientação em todos os momentos.

A minha coorientadora Dra. Fernanda Novo da Silva por suas dicas sempre valiosas e por sua amorosa capacidade de se colocar no lugar do outro e sempre confiar.

Agradeço a banca examinadora que, já na qualificação, muito contribuiu para a direção e qualificação desta pesquisa.

Agradeço a Universidade Federal de Pelotas e ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, pela acolhida e pelo aprendizado.

À CAPES pelo aporte financeiro, através da Bolsa que foi muito importante para operacionalizar as etapas e recursos necessários para a conclusão desta dissertação no período de dois anos.

Não poderia deixar de registrar aqui o meu agradecimento especial ao amigo e professor Dr. Juliano Santos do Carmo, que em um momento oportuno me incentivou a retomar a caminhada acadêmica, que me apresentou a UFPEL como possibilidade e, desta forma, foi o responsável por onde tudo começou.

Agradeço a D. Maria pela acolhida em Pelotas. Agradeço à amiga e companheira de viagens prof.^a Dra. Rejane Barreto Jardim, pelas longas e prazerosas conversas, pelo apoio e colo nos momentos de desânimo.

A minha colega de profissão Marilei que assumiu todas as tarefas, dando apoio incondicional e assegurando que eu pudesse me dedicar a este período.

A minha irmã e meus compadres que me deram apoio e aporte com meu filho durante minha ausência.

Finalmente, aos meus filhos pelo incentivo, apoio, e compreensão face à minha ausência em tantos momentos. A eles agradeço e dedico este trabalho, para que saibam que a vida nos reserva a infinita possibilidade de aprender.

RESUMO

MARTIL, Graciela Cristina Dillemburg. **Redes Agroalimentares Alternativas e Consumo Político: o caso das feiras ecológicas de Porto Alegre**. 2016. 145f. Dissertação (Mestrado). Instituto de Sociologia e Política. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2016.

A presente dissertação consiste em um estudo sobre a formação das principais feiras de alimentos orgânicos de Porto Alegre. Procura examinar o surgimento de um novo discurso sobre a sustentabilidade relacionado à produção agroecológica, o qual emerge dentro de um ambiente específico onde se desenvolvem muito mais do que relações de compra e venda de gêneros alimentícios. O crescimento na importância dos produtos orgânicos ou ecológicos e das feiras de Porto Alegre reflete uma tendência mundial, assim como a emergência de um novo tipo de consumidor. Esse movimento é analisado, no presente estudo, dentro do que se conhece como consumo crítico ou consumo político. O objetivo central dessa pesquisa é examinar como esse fenômeno se expressa e qual a sua intensidade à luz do referencial teórico da Sociologia e Antropologia do Consumo, baseando-se no uso de metodologia qualitativa na análise de entrevistas realizadas com diversos atores sociais que participam das tradicionais feiras ecológicas do Bairro Bom Fim, e na feira do Menino Deus, na região central da capital gaúcha. Os dados e informações reunidos confirmam a premissa de que os consumidores das feiras ecológicas expressam esse movimento que se identifica com os imperativos da sustentabilidade e de constituição de redes agroalimentares cívicas.

Palavras-chave: Redes agroalimentares alternativas; Feiras orgânicas; Consumo político; Consumo sustentável

ABSTRACT

MARTIL, Graciela Cristina Dillemburg. **The alternative agri-food networks and the political consumption: The case of the ecological farmer's markets in Porto Alegre.** 145f. Dissertation Project (Master). Institute of Sociology and Politics. Federal University of Pelotas, Pelotas, 2016.

This dissertation is a study on the formation of the main markets of organic food in Porto Alegre. Examines the emergence of a new discourse on sustainability related to agroecological production, which emerges within a specific environment where they develop much more than buying and selling relations of foodstuffs. The growth in importance of organic or green products and organic markets of Porto Alegre reflects a global trend, as well as the emergence of a new type of consumer. This movement is analyzed in this study, within what is known as critical consumption or political consumption. The main objective of this research is to examine how this phenomenon is expressed and what its intensity in the light of the theoretical framework of Sociology and Anthropology of Consumption, based on the use of qualitative methodology in the analysis of interviews with various social actors involved in traditional ecological markets in the "Bom Fim" and "Menino Deus" neighborhoods, in the central region of Porto Alegre. The data gathered and information confirms the premise that consumers of ecological markets express this movement that identifies with the imperatives of sustainability and establishment of civic agrifood networks.

Keywords: Alternative agri-food networks; Ecological farmer markets; Political consumption; Sustainable consumption

LISTA DE BOX E FIGURAS

Box nº 01:	A certificação de produtos orgânicos no Brasil	81
Figura 01:	Mandala com os produtos da propriedade e da agroindústria da família Bellé.....	29
Figura 02:	Nélio Bellé cortando o bolo	30
Figura 03:	Café do Sr. Adroaldo na feira FAE - 1ª Quadra.....	36
Figura 04:	Café da feira Ecológica Bom Fim – 2ª Quadra.....	36
Figura 05:	Lutzemberger e Carneiro, em 1971	73
Figura 06:	Magda Renner em uma manifestação	74
Figura 07:	A Feira do mel, em 1985	78
Figura 08:	Marcelo Guiffhorn – Apiários Adams, membro da AGA	75
Figura 09:	O limite da Feira Ecológica do Bom Fim e a faixa de “Bem vindo a FAE”	79
Figura 10:	Indicação de acesso e fachada da Feira Ecológica Menino Deus	83
Figura 11:	Mapa da Feira da Cultura Ecológica do Menino Deus aos sábados..	84
Figura 12:	Mapa da Feira Cultural da Biodiversidade do Menino Deus às Quartas feiras.....	84
Figura 13:	Organização da feira	85
Figura 14:	Banca dos livros	92
Figura 15:	Mapa da Feira dos Agricultores Ecologistas – FAE	93
Figura 16:	Banca do meio – Achados e perdidos.....	94

Figura 17:	Tendas padronizadas da Feira Ecológica do Bom Fim – 2ª Quadra..	95
Figura 18:	Café da 2ª Quadra	96
Figura 19:	Apresentação musical em frente ao café	96
Figura 20:	Distribuição da amostra por faixa Etária.....	99
Figura 21:	Distribuição dos entrevistados por gênero	100
Figura 22:	Distribuição dos Entrevistados por ocupação ou atividade profissional	101
Figura 23:	Pedro e Juarez da FAE falando ao grupo	116
Figura 24:	Produtores de Maquiné visitantes.	116
Figura 25:	Arte e Cultura na Feira do Menino Deus.....	122

LISTA DE QUADROS

Quadro 1:	Resumo das atividades desenvolvidas, em duas sucessivas etapas do trabalho de campo.....	38
Quadro 2:	Relação de ações realizadas durante o período do campo	39

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ADFG	– Associação Democrática Feminina Gaúcha
AGA	– Associação Gaúcha de Apicultores
AGAPAN	– Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural
ANVISA	– Agência Nacional de Vigilância Sanitária
CETAP	– Centro de Tecnologias Alternativas e Populares
EMATER	– Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural
EMBRAPA	– Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
FAE	– Feira da Agricultura Ecológica
FE	– Feiras Ecológicas
IDEC	– Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor
INCA	– Instituto Nacional do Câncer
INGA	– Instituto Gaúcho de Estudos Ambientais
MAPA	– Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento
MMA	– Ministério do Meio Ambiente
OCS	– Organização de Controle Social
OPAC	– Organismo Participativo de Avaliação de Conformidade
OSC	– Organização da Sociedade Civil
PRONAF	– Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
RAMA	– Associação de produtores da Rede Agroecológica Metropolitana
SISORG	– Sistema Brasileiro de Avaliação de Conformidade Orgânica
SMIC	– Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio
SPG	– Sistema Participativo de Garantia
UFE	– Unidade de Feira Ecológica

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	O problema de pesquisa e sua importância	15
1.2	As hipóteses da pesquisa.....	23
1.3	Objetivos.....	24
1.3.1	Objetivo Geral	24
1.3.2	Objetivos Específicos.....	24
1.4	Metodologia	25
1.4.1	A observação como técnica de Pesquisa	27
1.4.2	Análise documental.....	31
1.4.3	A entrevista em profundidade.....	33
1.4.4	Coleta e análise dos dados.....	35
2	O MARCO TEÓRICO DA PESQUISA	40
2.1	Reflexividade social, sociedade de risco, consumo e alimentação	41
2.2	Sociedade de Consumo e Cultura do Consumo.....	45
2.3	Alimentação: comida e alimentos nas feiras.....	55
2.4	Os canais curtos de comercialização e as redes agroalimentares alternativas	62

3	ASPECTOS HISTÓRICOS DA FORMAÇÃO DAS FEIRAS ECOLÓGICAS DE PORTO ALEGRE.....	71
3.1	A Cooperativa Coolméia e a Feira dos Agricultores Ecologistas	75
3.2	A Feira Ecológica do Bom Fim	78
3.3	A feira do Menino Deus	76
3.4	As feiras ecológicas de Porto Alegre no contexto atual	85
4	OS CONSUMIDORES DAS FEIRAS ECOLÓGICAS DE PORTO ALEGRE ...	97
4.1	Universo familiar, ocupação e origem dos entrevistados	98
4.2	Memória do rural na comida da feira	102
4.3	Alimento limpo, saúde e segurança.....	108
4.4	Estilo de vida, saudabilidade	111
4.5	O Mundo passa na Feira: Consumo, alimento, estilo de vida.....	113
4.6	O Preço justo e o valor agregado	118
4.7	Consumo Político e engajamento cívico.....	120
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	126
	REFERÊNCIAS	131
	APÊNDICES	140
	ANEXOS	144

1. INTRODUÇÃO

A escolha deste tema de pesquisa tem fortes vínculos com minha história de vida. Em alguns momentos percebo essa imersão como um relato autobiográfico do que vivi em diversos momentos de minha existência. Sendo neta de pequenos agricultores da região do Vale do Cai, passei minha infância e adolescência ouvindo os relatos de meus avós sobre a importância do cultivo da terra sem agrotóxicos ou produtos químicos, que pudessem prejudicar o solo e/ou a saúde de quem consome os alimentos produzidos e de quem trabalha a lavoura. Pude também vivenciar o dia a dia de quem tira da terra o próprio sustento-

Na minha infância e juventude as compras na feira livre do bairro faziam parte do hábito de abastecimento de frutas e verduras. Lá, em meio ao colorido das bancas e do burburinho dos feirantes – apresentando seus produtos e ofertas à dona de casa – podíamos encontrar à venda o mais variado número de produtos alimentícios, e até mesmo, ferramentas e utensílios domésticos.

Na adolescência, na década de 1980, vivi experiências à luz das transformações que sacudiram a vida social do país e do mundo em geral, a exemplo do movimento da contracultura. Vivi a efervescência do surgimento do movimento ecologista no Rio Grande do Sul, sobretudo a partir do discurso de José Lutzenberger, que repercutiu no restante do País criticando os impactos da agricultura produtivista e das tecnologias da chamada revolução verde¹ (adubos de

¹ A revolução verde corresponde às transformações que acontecem, a partir do final da segunda guerra mundial, através da vulgarização dos chamados insumos modernos (adubos químicos, agrotóxicos e mecanização intensiva) e do melhoramento genético de cultivos que respondem ao uso destes produtos com uma elevação sem precedentes na produtividade agrícola. No caso brasileiro o impacto desse processo se fez sentir de forma violenta tanto do ponto de vista ambiental (erosão dos solos, contaminação da água e da terra, intoxicações e mortes de trabalhadores rurais e agricultores) quanto social, especialmente em virtude do êxodo rural que remeteu às cidades pequenos e médios

síntese² e agrotóxicos em geral). Este agrônomo gaúcho, juntamente com Augusto Carneiro, foram os responsáveis pela criação da Associação Gaúcha de Proteção ao Meio Ambiente (AGAPAN) que passou a fomentar outra forma de cultivar a terra, a qual se reconhece como agricultura sustentável. Eu costumava frequentar a Cooperativa Coolméia, pioneira organização ecologista de Porto Alegre, bem como, posteriormente, as feiras ecológicas que foram surgindo ao longo das décadas subsequentes.

Como consequência destas vivências, estabeleci laços de amizade com alguns produtores que comercializam seus produtos, até hoje, nas diversas feiras agroecológicas de Porto Alegre. Em 2012, participei e ajudei na organização da 'X Conferência Nacional de Agricultura Biodinâmica³, na Fazenda Capão Alto das Criúvas, no município de Sentinela do Sul. Lá tive a oportunidade de conhecer diversos produtores de alimentos orgânicos⁴ e biodinâmicos do Brasil e da América Latina.

Por outro lado, o resgate biográfico que aqui faço, expondo minha relação com o tema, também se dá na conjunção da minha formação acadêmica em Ciências Sociais pela UFRGS, em 2007, com anos acumulados de experiência profissional com coleta de dados em pesquisas de mercado, ligadas à questão do Consumo, na cidade de Porto Alegre. A experiência acumulada, ao longo desse período, serviu para perceber mudanças que foram acontecendo no comportamento do consumidor, as quais indicavam, em alguma medida, maior percepção dos consumidores acerca da qualidade dos produtos alimentares e de seus sistemas de

agricultores que não conseguiram se adaptar à nova realidade. Esse projeto se conhece também, no Brasil, como modernização conservadora (GRAZIANO DA SILVA, 1982; SACCO DOS ANJOS, 2003), dado que ocorreu durante o auge do regime militar (1964-1985), contando com fortes subsídios do Estado autoritário, além de priorizar as grandes propriedades rurais e a produção para a exportação (commodities). Este aspecto será aprofundado posteriormente.

² Por produtos de síntese na agricultura referimo-nos a agroquímicos em geral utilizados no manejo agrícola, tais como herbicidas, fungicidas, inseticidas e adubos sintéticos.

³ Biodinâmica é um método de cultivo criado pelo filósofo Austríaco Rudolf Steiner em 1924, na Alemanha, que, dentre outras coisas, leva em conta o movimento das constelações e da lua para plantio e semeadura, além do uso de preparados biodinâmicos, produtos dinamizados segundo os princípios da homeopatia de altas diluições, posteriormente aplicados na terra nas plantas e compostagens para fortalecer a terra.

⁴ A designação de produto orgânico ou ecológico compreende extensa literatura e uma discussão que foge ao escopo dessa dissertação. A produção orgânica é realizada sem o uso de produtos químicos de síntese ou de agrotóxicos, enquanto a produção ecológica ou agroecológica, além desse aspecto, contempla a sustentabilidade no sentido social, ético e político. Nesse sentido, embora estejamos conscientes de suas diferenças, ao longo da exposição consideraremos ambos os termos como se fossem sinônimos. Quando nos referirmos às feiras de Porto Alegre faremos uso do adjetivo ecológico. Todavia, na alusão à legislação brasileira, por razões de coerência, o termo que adotaremos será orgânico.

preferência, incluindo também a crescente preocupação com a degradação dos recursos naturais.

A feira do bairro Bom Fim começou, de forma acanhada, no final da década de 1980. Apesar do contexto social adverso e das previsões de que não conseguiria resistir aos avanços da modernidade urbana e dos efeitos da globalização da economia, com a ampliação das trocas comerciais e ampliação da oferta de produtos de outros países e regiões, o que se observou, na prática, foi justamente o contrário. A feira do Bom Fim persistiu no curso do tempo, aumentando o número de consumidores e servindo, em certa medida, como estopim da criação de novas feiras similares em Porto Alegre.

O tema da pesquisa se insere no contexto das transformações incidentes sobre o consumo de produtos agroalimentares na contemporaneidade. Trata-se de compreender a percepção do consumidor de produtos ecológicos ou orgânicos que se constrói em meio ao surgimento de um novo discurso que evoca o consumo sustentável, a cidadania, a segurança alimentar, a origem dos produtos e o estreitamento das relações com o produtor. Tudo isso se desenvolve depois de haver sido consolidado um modelo de produção, abastecimento e consumo de produtos agroalimentares centrado nas grandes cadeias agroalimentares e superfícies de varejo que passa a ser muito questionado por amplos setores da sociedade. Ou seja, esse movimento – sobre o qual nos centramos e onde se situa o caso das feiras livres ecológicas de Porto Alegre – não surge no vazio, senão dentro de um feixe de transformações que pode ser analisado desde distintas perspectivas, incluindo, no caso específico desta dissertação, a partir do ponto de vista dos atores sociais envolvidos diretamente nessa dinâmica.

Além desta breve apresentação, a dissertação inclui cinco outras partes ou seções. A primeira delas expõe o problema de pesquisa e sua justificativa, os objetivos e hipóteses, bem como a explicitação da metodologia adotada. A segunda seção propõe uma contextualização teórica sobre a modernidade reflexiva, enfatizando a questão dos estudos do consumo, da alimentação e da comida que conjuntamente, servem de suporte e motivação para este estudo.

Nesta mesma seção realizo⁵ a discussão sobre o tema dos canais curtos de comercialização diante dos vínculos dessa noção com a lógica de funcionamento e

⁵ Até esta seção da dissertação faço uso da conjugação verbal em primeira pessoa do singular. Doravante, farei uso da primeira pessoa do plural, pois entendo que se trata de um diálogo com o

características das feiras ecológicas de Porto Alegre. A partir desta contextualização, na terceira seção, discuto o contexto social que marca o surgimento do movimento ambientalista em Porto Alegre e serve de pano de fundo para a criação da Cooperativa Coolméia, uma experiência pioneira que irá influenciar o surgimento das feiras ecológicas da capital gaúcha – objeto desta dissertação. Na terceira seção é apresentado, analisado e discutido o surgimento e a conjuntura atual das feiras ecológicas do Bom Fim e do Menino Deus à luz dos depoimentos colhidos com os diversos atores implicados, da análise de documentos e de todos os meios que foram mobilizados para decifrar a realidade sobre a qual me debrucei ao longo do último ano. A quarta seção reúne os resultados da pesquisa com base nas entrevistas realizadas com os consumidores das aludidas feiras. Na quinta e última seção constam as conclusões e considerações finais da investigação que ensejou a elaboração dessa dissertação.

1.1 O Problema da Pesquisa e sua importância

A crescente ampliação do consumo de orgânicos no país reflete um movimento geral relativo ao maior acesso à informação por parte dos consumidores, no que afeta à importância de hábitos alimentares saudáveis. Torna-se pertinente que se compreenda as mudanças dentro de um contexto mais amplo das transformações nas sociedades contemporâneas.

Segundo recente estudo do Ministério do Meio Ambiente (MMA, 2012) intitulado “O que o brasileiro pensa do Meio ambiente e do consumo sustentável”⁶, 81% dos brasileiros sentem-se mais motivados a comprar um produto que traga a

leitor deste trabalho, que é resultante de uma iniciativa de pesquisa levada a efeito por uma equipe que engloba bolsistas de iniciação científica e meus orientadores, razão pela qual, tal opção me parece mais adequada e coerente.

⁶ O projeto “O que o brasileiro pensa do Meio Ambiente e do consumo Sustentável” é desenvolvido pelo Ministério do Meio Ambiente tendo a parceria técnica do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA), contando ainda com o apoio de técnicos de pesquisa de empresas privadas do setor alimentício. Trata-se de uma série de pesquisa qualitativas e quantitativas que vêm sendo realizadas desde 1992, visando obter um painel de dados comparáveis sobre o que o brasileiro adulto pensa sobre o meio ambiente e sustentabilidade. A cada edição o estudo busca vincular os dados com algum grande tema do momento. Assim, na primeira edição em 1992, o foco era a agenda do ‘RIO 92’, enquanto a segunda edição o tema era a ‘AGENDA 21’. Na edição de 2012 abordou o tema do consumo sustentável com base nas discussões realizadas na Conferência das Nações Unidas realizadas na ‘RIO+20’. Mais informações no site do MMA.

informação, em sua embalagem, de que o mesmo foi produzido de forma orgânica. Este estudo mostra uma crescente transformação do consumidor brasileiro em termos do nível de informação sobre o que consome e uma preocupação com questões ligadas ao consumo sustentável, meio ambiente e descarte de produtos pós-consumo.

Observa-se, em suma, uma crescente valorização de produtos elaborados com menor impacto ambiental e de forma orgânica, sustentável ou ecológica. As conclusões deste estudo sinalizam como motivos ou causas para estes resultados, dentre outras coisas, uma maior disponibilização de informações na internet e em programas televisivos, os quais contribuem para ampliar o nível de conhecimento por parte da população, comparativamente às edições anteriores dessa pesquisa.

Todavia, na mesma medida em que tais informações são diariamente disponibilizadas, o consumidor vê-se surpreendido com a aparição de novos escândalos alimentares. Alguns exemplos são bastante eloquentes. Neste aspecto, podemos citar os recentes casos de adulteração do leite com ureia e formol praticados por diversas indústrias de laticínios nos estados do Rio Grande do Sul e Minas Gerais. Recentemente, Costa e Kroehn (2013) publicaram um artigo na Revista Veja sobre o caso da adulteração na Europa em pratos congelados vendidos como carne bovina e que continham carne de cavalo. Situação similar ocorreu, no Brasil, com a marca de bebidas ADES que continha soda cáustica no suco de maçã, levando à interdição pela ANVISA⁷ da unidade de fabricação em Minas Gerais. Em verdade, tais fatos representam apenas a ponta de um iceberg de adulterações, manipulações e falsificações que colocam em tela de suspeição não somente a forma de produzir os alimentos, mas especialmente os mecanismos de controle adotados pelos poderes públicos em todas as suas instâncias (local, regional, nacional).

Através do Jornal Estado de São Paulo, Thomé (2015) divulgou a posição do Instituto Nacional do Câncer – INCA, em relação ao uso abusivo de agrotóxicos no Brasil. É importante destacar que, pela primeira vez, o INCA (2015) se posiciona claramente, apresentando dados elaborados pelo grupo de pesquisadores do Instituto e que denunciam os malefícios à saúde de quem produz no campo e de quem consome os produtos, problemas estes decorrentes do uso abusivo de agrotóxicos. O INCA aponta diversos ingredientes ativos dos agrotóxicos como

⁷ Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

possíveis agentes carcinogênicos. O documento propõe a criação de medidas que assegurem a diminuição do uso destes produtos na produção agrícola. Vale ressaltar que, segundo os dados divulgados pelo INCA (2015) e pelo IDEC (2015)⁸, o Brasil é o líder mundial no consumo de agrotóxicos, sendo que em 2009 este país ultrapassou a marca de um milhão de toneladas de agrotóxicos, o que corresponde ao consumo médio de 5,2 quilogramas de agrotóxicos por habitante/ano.

Estes acontecimentos, recorrentemente divulgados na mídia televisiva, em diversas revistas e sites de internet, compartilhados em redes sociais, colocam o consumidor numa situação de perplexidade e insegurança com relação aos produtos que diariamente adquirem para alimentar a si e aos seus familiares. Além disto, o consumidor é colocado frente a situações que fogem totalmente ao seu controle e que abalam ainda mais a sua confiança nas instituições públicas que deveriam zelar pelo cumprimento de normas de segurança.

Estes acontecimentos, de modo recorrente, abalam a confiança nas instituições públicas e privadas encarregadas de fiscalizar o cumprimento das normas, como é o caso dos sistemas de certificação. Em boa medida, tal quadro ilustra um cenário de grandes transformações que atingem a sociedade contemporânea, como um todo. Vivemos hoje numa sociedade em mutação, onde tradições e instituições (sociais, políticas, econômicas) são constantemente desafiadas a adaptarem-se à força das novas tecnologias e regimes de produção.

O sociólogo alemão Ulrich Beck (2012) refere alguns conceitos (modernidade reflexiva, sociedade de risco, e individualização) que visam captar a natureza essencial destas transformações. Para este autor,

[...] um mundo duplo está adquirindo vida, e uma parte dele não pode ser representada na outra: um mundo caótico de conflitos, jogos de poder, instrumentos e arenas que pertencem a duas épocas diferentes, aquela do “não ambíguo” e aquela da modernidade “ambivalente”. Por um lado, está se desenvolvendo um vazio político das instituições; por outro, um renascimento não institucional do político. O sujeito individual retorna às instituições da sociedade. (BECK, 2012, p.35; destaques no original)

⁸ Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor – Associação de consumidores sem fins lucrativos fundada em 1987, com o objetivo, inicial, de orientar e defender o consumidor quando lesado de acordo com o código de defesa do consumidor. Move ações judiciais coletivas em interesse do consumidor edita revista e publicações voltadas a questões referente a consumo de bens e serviços. Testa produtos e serviços. Traz informações sobre alimentos orgânicos e lista de feiras orgânicas em todo o Brasil.

Na mesma linha de análise Giddens (2012) afirma que a nível global a modernidade tornou-se experimental e, querendo ou não, estamos todos sujeitos a esta grande experiência no momento da nossa ação e os reflexos decorrentes não conseguimos medir imediatamente. Para Giddens (1991), as experiências cotidianas envolvem uma multiplicidade de mudanças e adaptações na vida cotidiana, acarretando, por outro lado, mais incertezas dos impactos que podem gerar e dos riscos nas escolhas.

Para Beck (2012), a questão da ecologia e do meio ambiente como percepção do mundo no sistema coordenado do “autorrisco” ecológico-industrial torna-se um drama universal. Sobre estes conceitos, vale dizer que aprofundaremos mais no capítulo de contextualização teórica. Aqui, cabe ressaltar que estas transformações e acontecimentos podem ser entendidos como razões ou argumentos que, em boa medida, justificam o crescente interesse pelos produtos oriundos da agricultura orgânica ou ecológica, de procedência conhecida ou que tenham sido objeto de controle e fiscalização por sistemas confiáveis de certificação⁹.

Segundo Niederle e Almeida (2013), a agricultura orgânica é um dos segmentos agroalimentares com maior expansão no mundo, apresentando taxas anuais de crescimento que variam entre 15 e 20%. Segundo Darolt (2013), a maioria dos consumidores de alimentos orgânicos no Brasil ainda utiliza os supermercados (72%) para se abastecer destes produtos, sendo que 35% destes se valem das feiras de produtores orgânicos para complementar suas compras. O IDEC, em pesquisa realizada em 2012, aponta que o número de feiras de produtos agroecológicos espalhadas pelo país chega a 140, as quais se concentram especialmente nas regiões sudeste e sul do Brasil. Estes dados apontam para a relevância de estudos que compreendam a dinâmica destes canais de comercialização e a condição dos consumidores que participam destes circuitos particulares de comercialização de produtos agroalimentares.

Sacco dos Anjos, Caldas e Godoy (2005), em seu estudo sobre as feiras livres de Pelotas, demonstram que a origem das feiras no Brasil confunde-se com a própria história nacional. Existindo desde o período colonial, elas se multiplicaram desempenhando importante papel na organização social e econômica das

⁹ A questão da origem dos produtos e certificação de produtos orgânicos será tratada especificamente na seção sobre as feiras ecológicas de Porto alegre.

populações. Os autores mostram que, apesar do crescimento das grandes cadeias e superfícies de varejo, verificado a partir da década de 1990, as feiras livres, contrariando uma expectativa de extinção, se mantiveram em atividade, persistindo mesmo na adversidade. Isso inclui o caso das feiras ecológicas, havendo um crescimento no número de consumidores e de volumes comercializados, nos mesmos moldes ao que aponta a aludida pesquisa realizada pelo IDEC.

O que se percebe, especificamente em Porto Alegre, é que cada vez mais pessoas se valem destes canais de varejo para o abastecimento alimentar. Nas feiras do Bom Fim afluem milhares de pessoas todos os finais de semana. Este movimento é intenso desde a sua abertura, às 7 horas das manhãs de sábado, até o seu encerramento, em torno das 13 horas. Desde que iniciaram sua atividade, em 1989, no Bairro Bom Fim, centro de Porto Alegre, até os dias atuais, houve uma sensível expansão das feiras ecológicas, aspecto este que será ampliado nas páginas subsequentes dessa dissertação.

Sacco dos Anjos, Caldas e Godoy (2005, p.19) propõem uma questão que nos parece bastante oportuna. Com efeito, indagam: seriam as feiras, “talvez, expressões poéticas de um tempo passado ou um anacronismo renitente que insiste em não desaparecer? ” Concordamos com a importância e atualidade dessa pergunta, ao mesmo tempo em que assumimos o entendimento de que estas consistem num sistema de comercialização muito particular, que além de representar o limiar entre o rural e o urbano, entre o fim da fase produtiva e início da fase de consumo, podem ser vistas, também, como um espaço social impregnado de conteúdos culturais e simbólicos, abertos à construção de saberes entre os atores envolvidos. Para além do alimento disponível para a compra e venda, trata-se de um locus de interação social que se dá através do produto, devidamente assimilado e resignificado pelo consumidor. Da mesma forma, tais instâncias podem ser entendidas como produtoras recíprocas de significados que interagem e dialogam reciprocamente, tanto por parte do produtor – que constrói um discurso sobre o que produz ou elabora – como também por parte do consumidor – que transfere diretamente ao produtor as bases de um novo contrato social baseado em compromissos éticos de valorização desses atributos intangíveis, que vão muito além dos preços praticados.

Assim, levando em conta estes aspectos das interações sociais, que permeiam as relações de produtor e consumidor para além da compra e venda,

precisamos ressaltar que as feiras ecológicas, como um sistema singular de comercialização e abastecimento, se inserem no que se veio a denominar de Redes agroalimentares alternativas. Sanches Hernandez (2009, p. 188) aponta que as Redes agroalimentares alternativas podem ser definidas como circuitos ou canais de comercialização que operam à margem do circuito tradicional de comercialização e dos canais longos de comercialização, como é o caso dos supermercados. Nesse sentido, caracterizam-se pela reconexão e comunicação direta entre produtor, produto e consumidor, articulando novas formas de relações e proporcionando uma distribuição de renda mais favorável aos produtores¹⁰.

Os motivos que levam o consumidor a optar por frequentar tais espaços e a consumir tais produtos são muito variados e respondem aos mais diversos tipos de apelos. Em primeiro lugar, tem-se a perspectiva estritamente econômica, analisando a relação custo-benefício, o preço dos produtos, etc. Nesse caso, tem-se a abordagem convencional (economicista), com todas as conhecidas limitações, sobretudo ao não estabelecer a diferenciação entre preço e valor. Em segundo lugar, a questão da saúde e da nutrição, onde a ênfase está no valor nutricional dos alimentos frescos e seguros, bem como a segurança de artigos livres de agrotóxicos que possam comprometer a saúde de quem os consome. Em terceiro lugar, reside a questão social, em termos das relações travadas entre consumidores e produtores, entre os consumidores e outros atores intervenientes no espaço das feiras, bem como as diferenças do ponto de vista do nível de informação daqueles que exercem o seu sistema de preferências, além dos diferentes ritmos e estilos de vida no seio de uma sociedade extremamente heterogênea e desigual. Finalmente, mas não menos importante, a perspectiva cultural, considerando o ritual envolvido e os aspectos simbólicos contidos no processo de compra e venda dentro de um espaço que funciona a partir de uma outra lógica que contrasta com o ambiente das grandes cadeias de varejo e hipermercados.

Vários autores, ligados à sociologia e à antropologia do consumo, têm se dedicado, nas últimas décadas, à compreensão e análise do “ato do consumo como um Fato Social”(LIMA, 2010, p. 7). Sobre este olhar vinculado à construção social do consumo, dedicaremos um espaço específico diante de sua relevância para o objeto

¹⁰ Sobre as Redes agroalimentares alternativas, trataremos de forma mais aprofundada no referencial teórico (seção 2.4) que trata sobre a dinâmica dos canais curtos de comercialização.

deste trabalho. Por ora, cabe assinalar aqui algumas noções que consideramos fundamentais para o entendimento do nosso problema de pesquisa.

Canclini (2006) analisa como as mudanças na maneira de consumir alteraram as possibilidades e as formas de exercer a cidadania e, neste sentido, propõe reconceitualizar o consumo como espaço para pensar. Espaço este que se organiza, em grande parte, a partir da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica dos indivíduos. Cabe aqui pensar que, diante dos últimos acontecimentos no cenário político, mundial e brasileiro, de diversos escândalos e descrédito, precisamos concordar com Canclini (2006), quando afirma que o cidadão comum busca, cada vez mais, encontrar respostas básicas aos seus anseios e a perguntas tais como – a que lugar pertenço? Que direitos tenho? Quem representa meus interesses? Como posso me informar a respeito destes verdadeiros enigmas sobre o que e como consumir? Essas inquietações se dão, sobretudo, no que toca ao consumo privado de bens e serviços, especialmente diante do ceticismo frente à participação em instâncias coletivas, regidas invariavelmente por regras burocráticas e por uma democracia cada dia mais distante das inquietações do cidadão.

Este cenário de incertezas e de escândalos alimentares remete o consumidor a um labirinto de angústia e de ansiedade sobre o que realmente está contido no alimento que ele adquire para o próprio sustento e de sua família. Estas insatisfações podem estar impulsionando o surgimento de novos tipos de atores sociais, cujas atitudes sinalizam claramente para o entendimento de que o consumo se converte num ato eminentemente político. Isso ocorre tanto em termos de atitudes individuais quanto na forma de movimentos sociais de consumidores organizados (PORTILHO, 2009).

Segundo Portilho (2005), a soberania do consumidor, propagada pelo neoliberalismo, pode estar se movendo rumo à cidadania do consumidor, onde os indivíduos têm, através do ato de consumir, uma ativa prática social, política e ecológica. Nesse sentido, vale aqui indagar: será que o consumidor da capital gaúcha agrega esta lógica no seu ato de comprar nas feiras ecológicas? Em que medida esta tendência se identifica com o caso dos consumidores das feiras ecológicas de Porto Alegre? Por outro lado, existe, concretamente, tal perfil de consumidor identificado com esse novo cenário? São eles portadores desses valores que hoje chamamos de sustentabilidade do ponto de vista do compromisso ético com a conservação da natureza? Em suma, em que medida tem-se a

emergência de um novo tipo de consumidor identificado com o compromisso de apoiar esta forma de agricultura ecológica e esta nova forma de consumir alimentos?

Estas são as perguntas sobre as quais almejamos lançar luz através da realização desta pesquisa. Diante do quadro resumidamente apresentado, de crescentes incertezas e escândalos quanto à segurança dos alimentos e de estudos que indicam o crescimento na demanda e produção de produtos oriundos da agricultura ecológica e/ou orgânica, consideramos fundamental uma pesquisa que dê voz aos motivos e significados para esta mudança, explorando a perspectiva e a percepção do consumidor das feiras ecológicas de Porto Alegre.

Para estabelecer um recorte, necessário para a realização desta pesquisa, houve por bem escolher as feiras agroecológicas do bairro Bom Fim e do Menino Deus, por entendermos serem estas as mais antigas do estado e as maiores da cidade de Porto Alegre. Cabe ressaltar que esta pesquisa não se propõe a fazer uma análise sobre o consumo de orgânicos de uma forma geral, nem tampouco é um estudo destinado a analisar, comparativamente, as feiras livres convencionais e as orgânicas. Importante mencionar o exíguo prazo de execução de uma pesquisa dessa natureza e da elaboração da dissertação de mestrado propriamente dita.

A escolha das feiras ecológicas do Bom Fim e do Menino Deus se vê justificada por esses fatores, mas também pela convicção de que estes dois espaços de comercialização de hortifrutigranjeiros nos fornecem o cenário ideal para a observação, levantamento de informações e à busca de respostas ao problema de pesquisa. Partimos da premissa de que em seu interior encontraríamos traços que identificam um tipo de consumidor que busca um alimento diferenciado, orgânico, bem como interessado em travar uma relação direta com o produtor, comprometendo-se, outrossim, com questões e compromissos mais amplas que transcendem a esfera do abastecimento de produtos de primeira necessidade.

Acreditamos que esta investigação possa preencher uma lacuna importante nos estudos existentes sobre consumo sustentável, ecológico ou orgânico a partir de uma informação consistente e focalizada. Procuramos, através deste trabalho, fazer uma análise atualizada acerca dos significados dados pelo consumidor ao alimento orgânico adquirido nestes espaços. Estudos realizados recentemente (SCHULTZ, 2006; CALDAS, 2011; DUARTE, 2014) priorizaram o âmbito da produção e dos processos a ela associados. Boa parte deles se identifica com a questão da agroecologia e/ou da produção agrícola sustentável. Trata-se, aqui, de entendermos

o âmbito do consumo a partir do olhar do consumidor, do cidadão, aferindo em que medida identifica-se, no seu ritual cotidiano de compra de alimento, com a preocupação a respeito da segurança do alimento que adquire e com as concepções de desenvolvimento sustentável, que são, pouco a pouco, incorporadas ao debate acadêmico, mas, sobretudo, no contexto das ações do Estado, das organizações da sociedade civil, no ideário das políticas públicas, agências de controle e de fomento à agricultura e nas agendas de desenvolvimento dos órgãos públicos e privados.

1.2 As hipóteses da Pesquisa

- a)** Os frequentadores das principais feiras Ecológicas de Porto Alegre são consumidores identificados, em maior ou menor medida, com o compromisso de apoiar uma nova forma de agricultura e uma nova forma de consumo, mais solidária e sensível aos compromissos com a sustentabilidade da agricultura e com o estabelecimento de compromissos éticos com os produtores.
- b)** O consumidor das feiras Ecológicas de Porto Alegre apresenta um perfil diferenciado em termos de nível de informação e conhecimento em relação ao consumidor habitual que adquire tais artigos junto às grandes superfícies de varejo, atribuindo a si responsabilidades e um papel que extrapola a simples satisfação de necessidades de consumo.
- c)** O consumidor das feiras Ecológicas procura o bem-estar, qualidade de vida, bem como ressignificar – através do produto que consome – estes ideais socioculturais e valores morais. A ideia de segurança alimentar e a de conhecimento sobre a procedência do alimento exercem significativa relevância para a decisão de compra do produto comercializado junto às feiras ecológicas de Porto Alegre.
- d)** As relações contraídas entre consumidores e feirantes são pautadas pelo sentimento de fidelidade, confiança e reciprocidade, diferenciando-

se sensivelmente da lógica imperante nas demais formas de abastecimento urbano.

1.3 Objetivos da Pesquisa

1.3.1 Objetivo Geral

A presente pesquisa tem por objetivo – a partir do universo empírico correspondente às principais feiras ecológicas de Porto Alegre – analisar a emergência de um novo tipo de consumidor identificado com o compromisso de apoiar uma nova forma de agricultura e uma nova forma de consumo, mais solidária e que se identifica com os princípios da sustentabilidade e da segurança do alimento, hoje preconizados nas diversas esferas da vida social. Deste modo, buscar-se-á identificar os ideários simbolizados nos produtos e no ritual das compras, no contexto das feiras ecológicas de Porto Alegre.

1.3.2 Objetivos Específicos

A partir objetivo geral, elencamos os seguintes objetivos específicos:

- a)** Analisar as narrativas e os argumentos que motivam os consumidores para o consumo de orgânicos nas feiras ecológicas de Porto Alegre e o grau de identificação dos mesmos com o discurso ecológico-ambiental da atualidade.
- b)** Identificar a existência de movimentos de consumidores institucionalizados ou informais, os quais se identificam com os princípios do consumo

solidário e/ou que fazem, do ato de compra, um ato político, visando a sustentabilidade ambiental e social.

- c) Investigar a importância de aspectos que regulam o funcionamento destas feiras, a exemplo da fidelização de compra, do conhecimento acerca da origem do produto, certificação de orgânicos e outros elementos intervenientes na decisão e rotina das feiras ecológicas de Porto Alegre.
- d) Compreender a percepção que os produtores feirantes têm do seu consumidor habitual quanto à formação de uma consciência social e política acerca do que está sendo adquirido, bem como da necessidade de fortalecimento da aliança com a agricultura familiar ecológica.

1.4 Metodologia

A presente pesquisa utilizou uma metodologia de natureza qualitativa em virtude da natureza do objeto de investigação, considerando o universo subjetivo de significados existentes no processo de interação dos atores envolvidos – produtores e consumidores – no contexto de duas feiras ecológicas de Porto Alegre.

Entendemos que para a abordagem que buscamos empreender – relativa ao comportamento do consumidor das feiras ecológicas de Porto Alegre, visando identificar o universo de valores, desejos, significados, crenças e motivos que os indivíduos atribuem ao bem adquirido – existe a necessidade de um olhar mais cuidadoso e aprofundado sobre a realidade simbólica em que estes se movem. Nesse sentido, concordamos com Deslauriers e Kérisit (2010, p. 131) quando afirmam que “um dos objetos privilegiados da pesquisa qualitativa é, portanto, o sentido que adquirem a ação da sociedade na vida e os comportamentos dos indivíduos, assim como o sentido da ação individual quando ela se traduz em ação coletiva”.

Os motivos que levam os consumidores a optarem pelos artigos produzidos ecologicamente são diversos e levam em conta certas práticas ritualizadas no ato de comprar, bem como aspecto de natureza simbólica que nem sempre são claramente

visíveis ou identificáveis à primeira vista. Por outro lado, partimos da premissa de que as feiras ecológicas representam um espaço social impregnado de significados que igualmente nem sempre são detectados por aqueles que consideram tratar-se de um simples lócus onde operam relações de compra e venda. Para além dessa visão estrita, em seu interior operam formas de comunicação que orientam e influenciam a prática dos consumidores.

Enfim, são universos complexos e multivariados que se apresentam no cenário de nosso problema de pesquisa. Outros aspectos relevantes recaem sobre as particularidades das feiras livres em geral, como é o caso da ligação que estabelecem entre o ambiente urbano e do rural, o limite entre a esfera da produção e início do consumo, bem como as representações sociais que encerram tais noções, as quais são naturalmente complexas, necessitando de uma amplitude no olhar, nos métodos e nas formas de análise da realidade. Devemos aqui destacar que, diferentemente das feiras convencionais, no caso das feiras ecológicas temos um tipo de produtor que vende o próprio produto, ou seja, não é um simples comerciante, que adquire os artigos nos grandes atacados e depois os revende aos consumidores finais, estando, portanto, impedido de assegurar amplamente a qualidade e procedência daquilo que comercializa. Esse tipo de informação mostra não somente a singularidade da relação, mas especialmente os aspectos éticos que, por ventura, estão ocultos na interação entre produtores e consumidores das feiras ecológicas.

Nossas fontes de obtenção dos dados incluem as técnicas de observação, caderneta de campo, pesquisa documental e principalmente a realização de entrevistas em profundidade com os consumidores das feiras em estudo e com alguns feirantes, cuja experiência revelou-se crucial para os objetivos dessa pesquisa. O uso destas técnicas propiciou um aprofundamento compatível com a riqueza de elementos levantados a campo e com a complexidade do tema escolhido.

O espaço a seguir é dedicado ao aprofundamento dos diferentes métodos de pesquisa utilizados na presente dissertação.

1.4.1 A Observação como método de Pesquisa

A observação permite ao pesquisador captar a dinâmica dos atores sociais, dentro de seu âmbito de atuação, a partir de um olhar sistemático e orientado para aspectos de interesse. Segundo Poupart (2010, p.217), “misturar-se às atividades cotidianas dos atores, com a ajuda da observação participante constitui o melhor meio de perceber suas práticas e interações, como também de interrogá-los durante a ação”.

Nesse sentido a técnica de observação participante tornou-se uma ferramenta fundamental e abrangente na presente pesquisa. Já no período de qualificação, em 2014, passamos a frequentar constantemente a feira, buscando nos tornar familiares dos feirantes e consumidores habituais dos dois locais de feira (Bairro Bom Fim e Menino Deus). Destas incursões obtivemos muitas anotações e reflexões em cadernetas de campo que nos auxiliaram na tarefa de compreender a dinâmica e contextualização dos espaços de feira e seus frequentadores.

A pesquisa de campo foi realizada em diversas etapas. Nosso recorte de pesquisa, conforme aprofundaremos melhor na seção 3, elegeu as feiras do Bom Fim e do Menino Deus por serem as principais feiras ecológicas do município de Porto Alegre. Acreditamos que elas espelham o universo social das feiras ecológicas da capital gaúcha, assim como o comportamento médio de um consumidor que livremente se vincula a esse canal de comercialização de alimentos, mas também a um determinado estilo de vida (GIDDENS, 2012).

Para que pudéssemos contemplar de forma igualitária os dois locais de feiras, tornou-se necessária a nossa presença nas feiras em dias e horários alternados. Desta forma, durante aproximadamente seis meses frequentamos as feiras do Bom Fim aos sábados pela manhã e a feira do Menino Deus nas quartas-feiras à tarde. As feiras do Menino Deus acontecem em dois dias – aos sábados pela manhã e as quartas feiras à tarde. Elas guardam algumas diferenças entre si em termos do número de bancas, do público que as frequenta, e do respectivo registro junto à SMIC (conforme esclareceremos melhor na seção 3). Desta forma alternamos a frequência aos sábados entre as feiras do Bom Fim e a feira do Menino Deus.

Angrosino (2009) nos mostra que à medida que vamos avançando na pesquisa, as observações vão formando modelos discerníveis e novas perguntas vão surgindo. Como um funil vai se delineando, porque o processo vai se estreitando e a atenção dos observadores se aprofunda para os elementos que compõem o objeto sob análise. Por outro lado, Haguette (1987) expressa, em seu livro, que a

técnica de observação participante é uma das técnicas mais maleáveis por ser menos estruturada e nos permitir uma adequação muito boa em diversos casos. Essa técnica foi se aperfeiçoando no decorrer do tempo sem perder a flexibilidade e o próprio rigor científico.

Enquanto a antropologia busca com a observação participante o “sentido das coisas” para melhor compreender o funcionamento de uma sociedade primitiva ou de um grupo humano, a sociologia – em sua vertente interacionista – fá-lo porque acredita que toda a organização societal está assentada nos “sentidos”, nas “definições”, nas “ações” que indivíduos e grupos elaboram ao longo do processo de “interação simbólica” do dia-a-dia. (HAGUETTE 1987, p. 59; destaques no original)

Neste sentido, Gil (2009, p.103) aponta que neste tipo de metodologia “se chega ao conhecimento da vida de um grupo a partir do interior dele mesmo”. Desta forma possibilita que o pesquisador tenha acesso a dados de domínio privado do grupo, captando palavras e gestos que esclareçam o comportamento dos observados.

A assídua presença na feira propiciou-nos a oportunidade de conhecer muitas pessoas e receber vários convites para festas e eventos. Tivemos a possibilidade de participar de um passeio festivo na propriedade de um produtor/feirante em Antônio Prado, que estava completando 25 anos como produtor orgânico, coincidindo com o aniversário de sua esposa e companheira de feira. Deste evento participaram em torno de 20 consumidores da feira da FAE, os quais se deslocaram até o local através de um ônibus fretado. Cabe ressaltar que na feira da FAE existe o costume, já há bastante tempo, de organizar visitas aos produtores. Esta ideia partiu de um consumidor e agrônomo que participa desta feira desde a sua fundação. Estas visitas tanto servem para conhecer a propriedade e o cultivo dos produtores da feira, como também por ocasião de alguma comemoração ou evento na região.

Na aludida visita foi possível encontrar ali outros produtores da feira FAE e reencontrar consumidores que já conhecíamos, além de agricultores vizinhos do aludido casal de produtores. Na oportunidade se fez presente um grupo de alunos de Biologia que estava há uma semana nesta propriedade para o III Encontro Regional de Estudantes de Biologia (EREB), evento que reunia estudantes dos três estados do sul do Brasil, junto com alguns professores de Ecologia, Biologia que acompanhavam o grupo. A mandala (ver Figura 01) é expressão da homenagem prestada por estes, por ocasião do encerramento do Encontro Regional de

Estudantes de Biologia (EREB). Este encontro reuniu estudantes de várias universidades dos três Estados do sul do Brasil durante uma semana de atividades e estudos. O encerramento do encontro culminou com o aniversário da Sra, Aldaci e de 25 anos da Agroindústria Bellé (ver Figura 02). Estiveram presentes, além do grupo do EREB, um coletivo de 20 consumidores da Feira FAE, produtores da Feira, produtores vizinhos e representantes dos consumidores.



Figura 01: Mandala com os produtos da propriedade e da agroindústria da família Bellé.

Fonte: Acervo da autora (2015).



Figura 02: Nélío Bellé cortando o bolo.

Fonte: Acervo da autora (2015).

A família recebeu muitas homenagens e conversou com cada um dos convidados, especialmente com o nosso grupo de consumidores, manifestando a vontade de que conhecêssemos a propriedade, os produtos cultivados e a agroindústria que possuem em seus domínios. Durante esta visita evidenciaram enorme boa vontade de responder as nossas perguntas e de colher nossas opiniões sobre a propriedade.

Angrosino (2009) ressalta que a observação participante é um processo gradual que envolve diversos aspectos como a seleção do local, a tomada de notas de forma criteriosa e sistemática, a repetição regular das observações durante um determinado período de tempo. A observação participante deve ser pensada como uma estratégia que facilita a coleta de dados no campo quando associada a outras técnicas de coletas.

Assim também podemos ver que, segundo Becker (1999, p. 47), “o observador participante coleta dados através de sua participação na vida cotidiana do grupo ou organização que estuda”. Pelas suas características, a observação participante constitui-se numa importante estratégia metodológica, que possibilitou, no nosso caso, a obtenção de informações e dados em diversos âmbitos do espaço “feira”. A frequência semanal nesse espaço (quartas-feiras e sábados), durante aproximadamente cinco meses, favoreceu uma oportunidade privilegiada de interagir e dialogar com consumidores, produtores e administradores das duas feiras que conformam o recorte da pesquisa, quais sejam, as dos bairros Bom Fim e Menino Deus.

A convivência tornou-se intensa, favorecendo um estreitamento das relações, fato que resultou no convite para que pudéssemos participar de várias reuniões envolvendo os produtores da Feira FAE do Bom Fim, na primeira quadra da av. José Bonifácio¹¹, bem como da recepção de grupos de produtores por parte da coordenação da feira FAE, do Bom Fim. Esses encontros (reuniões quinzenais)

¹¹ As feiras do Bom Fim situam-se na Av. José Bonifácio, no entorno do parque Farroupilha, e são duas feiras independentes com estatutos diferenciados, embora com a mesma finalidade – comercialização da produção agroecológica. Para os consumidores esta diferenciação é inexistente. Os produtores, sítios de internet e a própria SMIC referem-se às feiras como a feira do Bom Fim da 1ª quadra (FAE) e feira do Bom Fim da 2ª quadra. A formação, constituição e distinção entre as feiras serão tratados em seção específica.

permitiram que pudéssemos conhecer as informações colhidas pelos produtores acerca dos consumidores que frequentam estas feiras. Entre os temas relevantes estão as reivindicações dos consumidores, reclamações e sugestões que estes lhes encaminham para aperfeiçoar o funcionamento das feiras.

Na participação destas reuniões, mais uma vez, pudemos fazer uso da técnica de observação participante, sempre fazendo o uso da caderneta de campo para o assentamento de observações importantes do ambiente, das falas dos participantes bem como de pautas ou assuntos relevantes para a presente pesquisa. Mediante consentimento prévio das pessoas, realizamos a gravação das reuniões. Estes áudios foram posteriormente transcritos e analisados no decorrer da pesquisa.

Foi a partir desse ambiente de familiaridade que recebi o convite para participar da festa de aniversário da Feira da FAE, e de outros eventos ocorridos nas propriedades dos feirantes ou organizados por consumidores, bem como da reunião do Conselho de Feiras¹², momento em que foi oportuno colher dados e informações relativos à atuação da Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio, setor responsável pelas feiras da Prefeitura Municipal de Porto Alegre.

1.4.2 Análise Documental

A análise documental na presente pesquisa foi de grande valia, já no processo de qualificação, para entender o funcionamento das feiras ecológicas de Porto Alegre, que conformam nosso objeto de estudo. Concordamos com Cellard (2010) quando afirma que “por possibilitar realizar alguns tipos de reconstrução, o documento escrito constitui, portanto, uma fonte extremamente preciosa para todo pesquisador nas ciências sociais” (CELLARD, 2010, p. 295). Neste sentido, a análise documental serviu para entender a origem e a dinâmica das feiras à luz de seus estatutos. Importante reiterar que os mesmos foram concebidos a partir da influência exercida pela Cooperativa Coolméia. Com efeito, o estatuto Coolméia serviu de base, no período posterior à sua extinção, para o surgimento da

¹² O Conselho de Feiras é um órgão da Secretaria Municipal da Indústria e Comércio de Porto Alegre, o qual é responsável pela regulação e fiscalização das feiras de Porto Alegre. Esse aspecto será ampliado na Seção 3 desta dissertação.

Associação Agroecológica – FAE, que agrega os feirantes da primeira quadra do Bom Fim, bem como para a criação da feira da Cultura Ecológica do Menino Deus.

Desta forma nos valem de Cellard (2010, p. 295) novamente quando afirma que “o documento permite acrescentar a dimensão do tempo à compreensão do social [...] favorece a observação do processo de maturação ou de evolução dos grupos, conceitos, práticas, etc”. Assim, se fez uso da análise documental na seção três, para compreender a organização das feiras do Bom Fim, seja pelo estatuto da Coolmeia, seja pelo estatuto da FAE. Assim como foi empregada na análise do estatuto do Conselho de Feiras da SMIC com vistas à compreensão do funcionamento, gestão e participação dos atores envolvidos na realização das feiras de Porto Alegre.

Para Cellard (2010) a análise documental permite que nos apropriemos de um conhecimento que nos possibilite o exame do contexto social global no qual o documento foi produzido, e dentre outras coisas, compreender e identificar pessoas, grupos sociais, locais ou fatos.

A análise documental, enquanto técnica de coleta de dados, também contribui para o distanciamento do pesquisador em relação aos dados. Segundo Cellard (2010, p. 295) “[...]o documento constitui um instrumento que o pesquisador não domina”, ou seja, o que está registrado no documento não pode ser modificado pelo pesquisador, constituindo uma fonte relevante de dados e de cotejo de informações reunidas através de outros instrumentos.

1.4.3 A entrevista em profundidade

Poupart (2010) afirma que a entrevista é um método que consegue dar conta do ponto de vista dos atores sociais, possibilitando a compreensão e interpretação da realidade. Neste sentido, é um método que permite elucidar a conduta dos atores na medida em que se torna factível a compreensão do sentido que estes conferem às suas ações e ao modo como eles se representam no mundo.

Concordamos com Poupart (2010 p. 216) quando afirma que “[...] as condutas sociais não poderiam ser compreendidas, nem explicadas fora da perspectiva dos atores sociais”. Para o autor, a entrevista do tipo qualitativo representa um meio

eficaz para obter informações sobre as estruturas e o funcionamento de um grupo ou uma instituição. Mesmo em combinação com outras fontes de dados como a análise documental e a observação direta, a entrevista é um instrumento privilegiado de exploração das experiências vividas dos atores sociais.

O entrevistado é visto como um informante-chave, capaz precisamente de “informar” não só sobre as suas próprias práticas e as suas próprias maneiras de pensar, mas também – na medida que ele é considerado como “representativo” de seu grupo de uma fração dele – sobre os diversos componentes de sua sociedade e sobre seus diferentes meios de pertencimento. (POUPART, 2010, p. 222; destaques no original)

Para os objetivos desta pesquisa os consumidores das feiras de alimentos orgânicos convertem-se em elementos chave para responder ao problema de pesquisa. Gil (2009) lembra que a entrevista é um processo de interação social e uma das técnicas de coletas de dados mais utilizadas pelas ciências sociais. Conforme o autor “muitos autores consideram a entrevista como técnica por excelência na investigação social” (Gil, 2009, p. 109).

Acreditamos que a metodologia qualitativa, através da entrevista em profundidade, permite uma aproximação dos ideários contidos nas motivações de compra dos consumidores das feiras, bem como na percepção que os produtores têm acerca dos consumidores de seus artigos. No roteiro que adotamos foram elaborados diversos tópicos, incluindo a composição familiar dos domicílios, ocupação e escolaridade das pessoas, origem da família (campo ou da cidade). Consta, ainda, o tópico sobre a rotina de compras de alimentos da casa, procurando localizar os diversos canais que utilizam, o que compram, a existência (ou não) de divisão de tarefas na compra e os respectivos motivos de compra.

No terceiro tópico focalizamos as feiras ecológicas como locais singulares de abastecimento, procurando mapear os motivadores de compra naquela feira, a frequência de compras, o tempo em que já frequenta a feira, como se dá o processo de seleção de bancas para a compra de determinados produtos, qual o grau de relação que os entrevistados têm com os feirantes, se já visitou alguma propriedade rural, a confiança no produto que adquire na feira e qual a imagem construída acerca da proposta das feiras ecológicas. Por fim, no último tópico, procuramos explorar como os entrevistados costumam se informar sobre alimentação, saúde, ecologia, meio ambiente. Buscamos saber se houve mudança de hábito em relação

ao consumo de alimentos e quais as motivações para consumir alimentos orgânicos, qual o entendimento que os entrevistados têm sobre tais produtos, a dinâmica da agricultura ecológica e a manutenção, sobrevivência ou reprodução social das famílias dos produtores no campo (ver Apêndice A).

Deste modo, procuramos avaliar a importância de aspectos relacionados à fidelização dos consumidores em relação ao equipamento feira, a maior ou menor proximidade com os feirantes, o reconhecimento quanto a importância do fomento à agricultura agroecológica e como definem a qualidade do que, semanal ou quinzenalmente, adquirem nestas feiras de Porto Alegre.

Cabe mencionar que a escolha dos entrevistados que integraram a amostra não se deu de forma aleatória. Essa decisão prende-se à natureza do problema de pesquisa exposto anteriormente, o que não quer dizer falta de rigor na seleção dos indivíduos.

O contato próximo que tivemos ao longo do último ano, desde a fase exploratória da pesquisa (2014)¹³ até os eventos realizados pelos integrantes das feiras, serviu para que se construísse uma visão aprofundada sobre o funcionamento das feiras, bem como para que a eleição dos entrevistados se desse no cruzamento entre o que vimos *in situ*, as indicações dos feirantes e a disposição dos consumidores em voluntariamente se disporem a participar do processo de investigação.

1.4.4 Coleta e análise dos dados

O trabalho de campo se desenvolveu ao longo do segundo semestre de 2015. A observação sistemática nas feiras do Bom Fim realizou-se aos sábados pela manhã, enquanto que na feira do Menino Deus ocorreu nas quartas feiras à tarde e em alguns sábados de manhã. No caso das feiras do Bom Fim esse período se estendia das 7 às 10 horas e na feira do Menino Deus das 10 horas até o encerramento – por volta das 13 horas. Nestes momentos, especialmente aos

¹³ Cabe destacar que decorrem deste período um conjunto de informações que figuram no corpo desta dissertação com a indicação de relato fornecido em 2014. Essas entrevistas não respeitaram um roteiro previamente definido e fazem parte da etapa exploratória.

sábados e quartas feiras, conversávamos com os feirantes, com os administradores das feiras¹⁴ e com os consumidores – que circulavam entre as diversas bancas. Momentos muito oportunos para dialogar com os feirantes eram durante o café, bem como de reuniões que participávamos como convidada ou em eventos que ocorreram dentro do espaço da feira.

As entrevistas com os consumidores ocorreram no período compreendido entre agosto e dezembro de 2015, sendo que os depoimentos foram colhidos de diversas maneiras. Durante a fase de observação sistemática fomos apresentados a algum consumidor por indicação de algum produtor ou representante dos consumidores. A pausa para o café da feira dos feirantes era o momento propício para que esse contato ocorresse e para o convite com estas pessoas. No café de ambas as feiras (Figuras 03 e 04)¹⁵ houve a oportunidade de conhecer e marcar três entrevistas distintas, com pessoas que conhecemos naquele momento. Em duas situações as entrevistas foram feitas com casais que realizavam as compras da feira juntos e se propuseram a responder juntos. Estas entrevistas foram muito ricas do ponto de vista de interação que tivemos com ambos e pelas informações obtidas, nas reflexões e exposição dos pontos de vista de cada um.

Cabe ressaltar que as entrevistas, em sua maioria, não foram realizadas no momento do primeiro contato ou convite para participar da pesquisa. Nem foram realizadas na feira. Com exceção de um casal que era da região metropolitana, que considerou que seria melhor marcar para outro sábado na própria feira, a maioria das entrevistas foi realizada nos domicílios ou nos locais de trabalho dos entrevistados.

¹⁴ Os administradores das feiras são contratados pela comissão de cada feira para exercer o papel de administração de todas as demandas necessárias para que a feira ocorra normalmente. Sobre isto esclarecemos melhor na seção 3.4.

¹⁵ Estas fotografias, bem como diversas outras do acervo da autora, compõem o registro do período de campo. Todas as pessoas representadas nas fotos do acervo particular foram previamente consultadas e concordaram que suas imagens fossem utilizadas na presente pesquisa.



Figura 03: Café do Sr. Adroaldo na feira FAE - 1ª Quadra

Fonte: Acervo da autora (2015)



Figura 04: Café da feira Ecológica Bom Fim – 2ª Quadra.

Fonte: Acervo da autora (2015).

Foram realizadas sete entrevistas com consumidores das feiras do Bom Fim, sete com consumidores da feira do Menino Deus, duas entrevistas com representantes dos consumidores da feira do Menino Deus e duas entrevistas com representantes dos consumidores da feira do Bom Fim¹⁶.

Além disso, fizemos ainda duas entrevistas com produtores da feira do Bom Fim – FAE – da primeira quadra, uma com o produtor da segunda quadra e uma entrevista com o administrador da feira do Menino Deus (ver apêndice B). Também

¹⁶Os representantes dos consumidores, são consumidores escolhidos pelos feirantes para participar, representando os consumidores daquela feira, junto as reuniões do Conselho de Feiras da Secretária Municipal da Produção, Indústria e Comércio (SMIC) de Porto alegre. Sobre estas questões trazemos mais esclarecimentos na seção 3.4.

nos valem, como fonte de informação, da observação e sistematização de uma reunião realizada com o grupo dos produtores¹⁷ e consumidores da feira FAE do Bom Fim, por ocasião da atividade de recepção a um grupo de produtores rurais de uma cooperativa da região de Maquiné, os quais buscavam conhecer o funcionamento das feiras em Porto Alegre. Na ocasião, formou-se uma roda de discussão e todos os participantes da roda, após se apresentarem, contaram um pouco de sua história sobre a relação com a feira, suas impressões sobre os consumidores. Alguns dos presentes relataram suas experiências em termos da motivação das pessoas na compra destes produtos. Tivemos a oportunidade de gravar as falas que foram objeto de transcrição diante da importância dos depoimentos colhidos num espaço extremamente rico, dado que contou não apenas com a presença de produtores, mas de consumidores engajados na construção do espaço social das feiras.

Todas as entrevistas foram gravadas, sendo posteriormente transcritas e minuciosamente analisadas com o objetivo de captar e explorar os sentidos dados aos diversos temas abordados. Após a leitura minuciosa, passamos a etapa de seleção dos trechos que se relacionavam com os objetivos propostos e a devida estruturação da redação.

Cabe refletir, aqui, sobre a afirmação de Gibbs(2009) no sentido de reiterar que é necessário treinar o olhar para interpretar adequadamente os textos de forma concisa e objetiva, bem como para evitar que os pressupostos do pesquisador interfiram na análise das evidências. Em linhas gerais, foram estes os procedimentos metodológicos adotados na realização da pesquisa.

Na sequência são apresentadas duas figuras esquemáticas que resumem o processo de campo e coleta de dados. O Quadro 1 descreve, de forma esquemática e sucinta, as diversas atividades desenvolvidas durante a realização do trabalho de campo, que ocorreu de março a dezembro de 2015. Já o Quadro 2 sistematiza numericamente as intervenções que foram feitas ao longo do período.

Os quadros dispõem, em bloco, as informações que já se encontram ao longo do texto, mas que sistematizadas desta forma permitem ao leitor ter uma noção mais clara dos itinerários percorridos e deflagram, em grande medida, a intensidade das

¹⁷ A recepção ao grupo de Maquiné, pela FAE contou com a presença de três produtores feirantes membros da Comissão da Feira, além do casal de representantes dos Consumidores. Durante a acolhida agregaram-se outros consumidores habituais da feira que ali estavam fazendo suas compras, os quais “entraram na roda” e deram, também, o se relato.

atividades que resultaram na captação de grande volume de dados e no acúmulo de experiências.

ETAPA	PERÍODO	ATIVIDADE
1	Março a julho de 2015	Visitas às feiras do Bom Fim e do Menino Deus - fase exploratória
		Entrevistas com produtores da FAE sobre a história da feira
		Entrevista com produtor fundador da Feira Agroecológica do Bom Fim
		Coleta de documentos (regulamento das feiras, Coolméia, etc.)
2	Agosto a dezembro de 2015	Observação das feiras do Bom Fim aos sábados
		Observação das feiras do Menino Deus (sábados de manhã, quartas à tarde)
		Participação em reunião do Conselho de Feiras (mês de agosto de 2015)
		Participação em reuniões da Comissão de Feiras da FAE (sábados - manhã)
		Reunião de recepção da FAE a produtores de Maquiné (outubro de 2015)
		Realização de entrevistas com consumidores e representantes das feiras
		Visita à propriedade da família Bellé – município de Antônio Prado

Quadro 1: Resumo das atividades desenvolvidas, em duas sucessivas etapas do trabalho de campo.

Fonte: Elaboração da autora (2016)

Resumo das ações realizadas no período do campo	38 Incursões de observações nas feiras de sábado
	30 Incursões nas feiras do Menino Deus às quartas feiras
	Participação, como observador, em 4 reuniões da comissão de feira da FAE as 8:30 de sábado
	Participação, como observador, em uma Reunião do Conselho de Feiras no C.A.D. da SMIC em agosto de 2015.
	Participação da Reunião de recepção da comissão de feira FAE ao grupo de produtores de Maquiné
	Realização de 14 entrevistas em Profundidade com consumidores: 07 consumidores das Feiras do Bom Fim e 07 consumidores das feiras do Menino Deus
	Realização de 04 entrevistas com representantes dos consumidores das feiras: 02 representantes das feiras do Menino Deus e 02 representantes da feira FAE
	Realização de 02 entrevistas com produtores das feiras dos Bom Fim – um de cada feira
	Realização de duas entrevistas com os administradores das feiras FAE e do Menino Deus

Quadro 2: Relação de ações realizadas durante o período do campo

Fonte: Elaboração da autora (2016).

Na próxima seção trazemos à consideração o embasamento teórico que suporta esse estudo, bem como as ferramentas teóricas e conceituais acionadas para compreender a realidade.

2. O MARCO TEÓRICO DA PESQUISA

Na exposição do problema de investigação salientamos a natureza transversal e a complexidade de um objeto de estudo que se situa na fronteira de diversos campos do conhecimento (sociologia e antropologia do consumo, sociologia e antropologia rural, sociologia da agricultura, sociologia urbana, apenas por citar alguns exemplos). Diante desse fato, houve por bem construir um arcabouço teórico e fazer uso de ferramentas conceituais capazes de responder aos nossos anseios de interpretação da realidade, bem como de situar as transformações em que se inserem o caso das feiras ecológicas de Porto Alegre, dentro de um determinado contexto, que se aproxima da realidade do que sucede em outros países ocidentais.

Nesse sentido, trazemos à discussão a contribuição de dois sociólogos contemporâneos (Ulrich Beck e Anthony Giddens), apresentando e discutindo dois conceitos (modernização reflexiva e sociedade de risco) que nos parecem cruciais para pensar a realidade sobre a qual nos debruçamos. Esse recorte teórico agrega ainda alguns aspectos ligados à sociologia do consumo, sobretudo, de noções – consumo político, consumo crítico e consumo sustentável – que, com algumas variações, são utilizadas para analisar processos e situações similares ao caso em questão. As feiras ecológicas de Porto Alegre guardam singularidades, mas, como veremos a continuação, são elas pertencentes a um movimento mais amplo que reflete as mutações que incidem sobre a esfera do consumo de alimentos em todo o mundo. Outro aspecto que nos parece importante é explicar a dinâmica das feiras, dentro do que a literatura internacional denomina de canais curtos de comercialização e redes agroalimentares alternativas, que como é sabido, possuem

características que lhes diferenciam de outras modalidades urbanas de abastecimento alimentar.

2.1 Reflexividade social, sociedade de risco, consumo e alimentação

Beck (2012) considera que a modernização reflexiva deve ser entendida como a “possibilidade de uma (auto) destruição criativa para toda uma era: aquela da sociedade industrial. O “sujeito” dessa destruição criativa não é a revolução, não é a crise, mas a vitória da modernização ocidental”(BECK, 2012, p. 12; destaques do original). Ainda segundo Beck, se a modernização simples significa primeiro a desincorporação e depois a reincorporação das formas tradicionais pelas formas sociais industriais, a modernização reflexiva significa primeiro a desincorporação e depois a reincorporação das formas sociais industriais por outra modernidade (BECK, 2012). Com esta afirmação o autor quer salientar que a sociedade moderna, devido ao seu alto dinamismo, está acabando com ideais de formações de classe, camadas sociais, ocupação, família nuclear, papéis dos sexos, agricultura, e as formas contínuas de progresso técnico econômico até então característicos da sociedade industrial ou da modernização simples.

Fatores como a maior participação das mulheres no mercado de trabalho, flexibilização temporal e contratual do trabalho assalariado, são exemplos de pequenas medidas com grandes efeitos cumulativos que, silenciosamente, através do tempo, contribuem para mudanças de uma sociedade em mutação. Para Beck (2012, p. 17), o conceito de sociedade de risco “designa uma fase no desenvolvimento da sociedade moderna, em que os riscos sociais, políticos, econômicos e individuais tendem cada vez mais a escapar das instituições para o controle e a proteção da sociedade industrial”.

Podem-se distinguir duas fases até a sociedade de risco, aqui designada. Na primeira fase, os efeitos e ameaças produzidos pela sociedade industrial não se tornam questões públicas nem caem na arena de conflitos políticos sendo assumidos e legitimados como riscos residuais. Porém, em uma segunda fase, quando os riscos e os perigos da sociedade industrial invadem a esfera pública, passando a dominar os debates e conflitos políticos ou privados, a sociedade

industrial se torna social e politicamente problemática. Esta segunda fase caracteriza o dinamismo da sociedade de risco. De acordo com Beck (2012, p. 18), “a transição do período industrial para o período de risco da modernidade ocorre de forma indesejada, despercebida e compulsiva no despertar do dinamismo autônomo da modernização, seguindo o padrão dos efeitos colaterais latentes”.

A modernização reflexiva é uma autoconfrontação com os efeitos desta sociedade de risco que não podem mais serem absorvidos pela sociedade industrial. A sociedade reflexiva traz à discussão as distribuições dos malefícios e da distribuição de responsabilidades na produção de bens.

Como malefícios e efeitos nocivos da produção de bens e que entram agora em pauta estão a pesquisa genética, as ameaças ao ambiente, a supermilitarização, novas e avançadas tecnologias nucleares e químicas, bem como a miséria crescente fora da sociedade industrial ocidental.

Neste contexto, devemos também considerar a essência da “crise ecológica” atual. A metamorfose dos efeitos colaterais despercebidos da produção industrial na perspectiva das crises ecológicas globais não parece mais um problema do mundo que nos cerca – um chamado “problema ambiental” – mas sim uma crise institucional profunda da própria sociedade industrial. (BECK, 2012, p. 22; destaques no original)

Desta forma, Beck (2012) afirma que a crise institucional ocasionada pelo reconhecimento da imprevisibilidade dos riscos e ameaças provocadas pelo desenvolvimento técnico industrial leva à autorreflexão das bases de coesão social e ao exame das convenções e fundamentos predominantes da racionalidade e é, desta forma, que a sociedade se torna reflexiva. Para este autor, a sociedade de risco é também uma sociedade “autocrítica” onde todos os segmentos da sociedade atuam e interagem entre si.

Com isso, Beck (2012) mostra como uma das características desta sociedade reflexiva e da globalização é a individualização. Segundo suas próprias palavras, a “individualização e a globalização são, na verdade, dois lados do mesmo processo de modernização reflexiva” (BECK, 2012, p. 31). Mas esta individualização não é baseada em livre escolha dos indivíduos e sim uma consequência dos modelos sociais transformados onde a responsabilidade e a escolha são postas sobre o indivíduo. Segundo Beck (BECK, 2012, p. 32; destaques no original) “por isso, ‘individualização’ significa que a biografia padronizada torna-se uma biografia

escolhida, uma biografia do tipo ‘faça-você-mesmo’ (Ronald Hitzler), ou como diz Giddens, uma ‘biografia reflexiva’”.

Esta individualização não permanece no sentido privado, mas converte-se em político já que, para o autor, as instituições tornam-se irreais em seus programas e fundações transformando-se assim em dependentes dos indivíduos. Nesta ambiguidade de arenas e interesses pertencentes a sociedades diferentes que ainda convivem juntas, mas em conflito, observa-se, por um lado, o vazio político das instituições e, por outro, o renascimento não institucional do político.

Giddens (2012) considera que a nível global a modernidade tornou-se experimental, onde, queiramos ou não, estamos todos presos a uma grande experiência que está ocorrendo no mesmo momento da nossa ação. Como uma das consequências deste processo tem-se a natureza, que se moldou conforme uma imagem humana e esse fato resulta em incertezas muito grandes sobre os impactos resultantes destas transformações.

O autor citado ressalta que uma maneira de ler a história humana desde a época da ascensão da agricultura, passando pelas grandes civilizações até o período moderno pode ser entendida como uma destruição progressiva do ambiente físico. A natureza foi completamente transfigurada pela intervenção humana e começamos a falar de meio ambiente justamente quando ela, e as tradições foram sendo dissolvidas. A ecologia ambiental surgiu como uma resposta a percepção da destrutividade humana.

Neste sentido para Beck (2012, p. 50) “a natureza torna-se um projeto social, uma utopia que deve ser reconstruída, ajustada e transformada”. A natureza transforma-se em política. E isto quer dizer que sociedade e natureza se fundem em uma natureza social.

A questão e o movimento ecológicos, que parecem estar fazendo um apelo para a salvação da natureza, aceleram e aperfeiçoam este processo de consumação. Não é sem ônus que a palavra “ecologia” é de tal forma ambivalente que tudo, desde os sentimentos de volta à terra natal até o hipertecnologismo, pode encontrar nela um lugar e um espaço. (BECK, 1995, p. 51; destaques no original)

Para Beck (2012), a questão ecológica faz com que uma cultura pós moderna cansada, saturada e sem significado, tome para si a tarefa hercúlea que age como estímulo em toda a parte transformando o mundo dos negócios em “gângsteres da

destruição” e Heróis. Junto a esta percepção de ameaça surge o interesse legítimo de prevenir a ameaça e preservar o meio ambiente. As ameaças ecológicas criam um importante horizonte semântico de impedimento, prevenção e ajuda, onde as coisas cotidianas e triviais podem transformar-se em testes de coragem.

Estas contextualizações sobre as grandes transformações e a crescente preocupação dos indivíduos na vida cotidiana, se posicionando em relação a questões como meio ambiente, ecologia, impacto ambiental, saúde, compõem como o palco que ambientaliza os espaços das feiras ecológicas e as relações que ali se apresentam entre produtor e consumidor e suas motivações para pertencer a esse universo. Estas escolhas estão muito além da simples operação de compra e venda de alimentos, transformando-se em estilos de vida que se fortalecem e se consolidam de uma forma bastante dinâmica.

Giddens (2002) ressalta estes aspectos com bastante propriedade, especialmente a questão do estilo de vida. No seu entendimento:

Na vida social moderna, a noção de estilo de vida assume um significado particular. Quanto mais a tradição perde seu domínio, e quanto mais a vida diária é reconstruída em termos de jogo dialético entre o local e o global, tanto mais os indivíduos são forçados a escolher um estilo de vida a partir de uma diversidade de opções [...]. A modernidade, não se deve esquecer, produz diferença, exclusão e marginalização. Afastando a possibilidade de emancipação, as instituições modernas ao mesmo tempo criam mecanismos de supressão, e não de realização do eu [...]. “Estilo de vida” se refere também a decisões tomadas e cursos de ação seguidos em condições de severa limitação material; tais padrões de estilo de vida também podem algumas vezes envolver a rejeição mais ou menos deliberada das formas mais amplamente difundidas de comportamento do consumidor. (GIDDENS, 2002, p. 13; destaques no original).

No ambiente das feiras o processo de escolhas e a questão dos estilos de vida cobram importância de diversas maneiras. É preciso dizer que as feiras ecológicas de Porto Alegre devem ser vistas como um espaço que se propõe a ultrapassar o âmbito estrito das operações de compra e venda de produtos de primeira necessidade (frutas, verduras, legumes, mel, doces em compota, condimentos, objetos de artesanato, etc.). Em verdade, realizam em seu interior a divulgação, a veiculação de informações e a troca de conhecimentos sobre ecologia, sustentabilidade, saúde e produção agroecológica. Esta proposta converte-se num compromisso cívico que se exprime não só na fala dos atores envolvidos (produtores e consumidores), mas também no regimento interno das feiras, nas

resoluções e regulamentações do estado através da Secretária Municipal da Produção, indústria e Comércio (SMIC), conforme veremos posteriormente.

No dia a dia da feira tanto os consumidores tecem considerações e refletem sobre suas escolhas e suas preocupações com o meio ambiente, sustentabilidade e ecologia, quanto os produtores que veiculam informações aos presentes e participam de atividades de divulgação, a exemplo de palestras e depoimentos nos espaços em que circulam. O discurso da sustentabilidade se impõe de forma direta e difusa através de suas práticas. Ao comentar sobre a importância da contribuição dos dois eminentes sociólogos, citados anteriormente, Scott ponderou:

Vários autores, tais como Ulrich Beck e Anthony Giddens, argumentam que os processos de mudança econômica e social, notadamente as tendências de maior mobilidade social e geográfica, assim como de individualização e globalização, enfraquecem as solidariedades tradicionais de classe e comunidade. Sua análise sugere que estão ocorrendo importantes mudanças nas percepções das pessoas e dos riscos a que são expostas e que, em resultado disso, novas formas de solidariedade estão emergindo – por exemplo, a solidariedade entre os membros dos novos movimentos sociais. Essa mudança de percepção tem sido estimulada, em parte, pelo fracasso dos Estados de bem-estar social em fornecer o nível de segurança social e econômica prometido aos seus cidadãos (SCOTT, 2006, p. 203).

Os inúmeros escândalos agroalimentares da atualidade, resultantes de falsificações e adulterações recorrentes, só fazem reforçar a percepção dos riscos a que todos estamos sujeitos, sobretudo devido à inoperância do Estado, mesmo no caso dos países desenvolvidos. As feiras ecológicas de Porto Alegre, como a seguir veremos, podem ser vistas como um movimento social mais amplo, que conta com a emergência destas novas formas de solidariedade entre os indivíduos, hoje, mas também com as gerações futuras, quando se trata de proteger o ambiente natural e buscar saídas a uma crise que atinge toda a civilização atual. Vejamos agora outros elementos que são cruciais para conformar o marco teórico dessa pesquisa.

2.2 Sociedade de Consumo e Cultura do Consumo

Para pensarmos em uma cultura do consumo ou de uma sociedade de consumo precisamos primeiramente refletir sobre o que é o consumo e como ele tem sido abordado nos últimos anos. O significado de consumo, para inúmeros

autores, tanto pode tender para uma conotação positiva no discurso de sua significação e relevância, no panorama da contemporaneidade (CAMPBELL 2001; MILLER 2002, 2007; BARBOSA 2004, 2006; CANCLINI 2006; PORTILHO 2005, 2009, 2010; DOUGLAS e ISHERWOOD, 2013), quanto para o sentido negativo do ato de consumir impregnado de um cunho moralizante, atribuindo ao consumo a responsabilidade de consequências desastrosas de um ato irrefletido ou compulsivo (BAUDRILLARD, 2007; BAUMAN, 2007). Através da etimologia da palavra, o seu significado, na maioria das vezes, contém uma acepção negativa¹⁸.

Conforme Barbosa (2006) e outros autores, no Brasil, a concepção de consumo esteve, tradicionalmente, nas análises feitas pela academia, mais ligada ao sentido negativo de exaustão, de esgotamento, dando a conotação de um usufruir irrefletido e compulsivo dos bens disponibilizados. Podemos observar esta perspectiva nos discursos sobre o meio ambiente e na questão do esgotamento dos recursos naturais. Vemos esse entendimento na crítica do movimento agroecológico ao modo de produção agrícola convencional, que degrada o solo e causa danos à saúde de quem consome e de quem produz, especialmente através da aplicação de agrotóxicos. A adubação química do solo, a mecanização intensiva das práticas agrícolas e a derrubada de florestas nativas exprimem, de forma clara e inequívoca, a frenética busca pelo aumento de produtividade de cultivos, especialmente quando se trata de agricultura voltada à exportação.

Desde o séc. XIX até meados de 1980, a tradição intelectual e acadêmica nas Ciências Sociais e na História esteve, majoritariamente, empenhada no entendimento da construção social ligada ao ponto de vista estrito da produção, passando quase que ignorada a perspectiva da demanda ou do consumo. Sua abordagem, neste período, significava, via de regra, um sentido de alienação, de compulsividade. Tendo em vista a origem da palavra, esse fato é compreensível. Mas, o consumo é também uma parte da cadeia produtiva. Se existe produção é porque há demanda. Desta forma, especialmente a partir da década de 1980, o consumo começa a ser visto como fenômeno capaz de explicar o funcionamento da sociedade contemporânea na esteira de outras transformações. Neste sentido concordamos com Lima (2010, p. 8) quando afirma que “os estudos sobre o consumo – justamente porque penetram nas profundezas de um terreno

¹⁸ Consumo do latim *consumere*, que significa usar tudo, esgotar e destruir. Ato ou efeito de consumir.

pavimentado de julgamentos de valor – colaboram para o enriquecimento das ciências sociais”.

Barbosa (2006) e Lima (2010) demonstram que a ideia de trabalho e produção sempre estiveram envoltos em uma conotação moral de bem, de valorização, ao passo que o consumo, outra polaridade da escala de produção, carrega em si o juízo moral ligado ao prazer, à desocupação, à futilidade. Portanto, trata-se de um terreno por si só desvalorizado em sua significação e despercebido em seu poder e capacidade de valoração, relação e construção social em uma sociedade pós-industrial, produtivista¹⁹.

Inúmeras formas são utilizadas para definir a sociedade contemporânea. Dentre estas formas, o que aqui nos traz à discussão é o de sociedade do consumo. Nesse contexto, a família, na sociedade tradicional, era vista como unidade de produção e de consumo, sendo que o consumo estava ligado à necessidade de status do grupo ao qual a família pertencia. Com efeito, as escolhas estavam condicionadas ou subordinadas a leis suntuárias²⁰ que definiam o que deveria ser consumido por determinados segmentos sociais e o que era proibido a outros. Esta relação de dependência é rompida na sociedade contemporânea, cada vez mais marcada pelo individualismo e pela imposição das leis de mercado. Na sociedade contemporânea a noção de liberdade de escolha e a questão da autonomia na decisão de como queremos viver, ganham crescente protagonismo.

Barbosa (2004) faz uma análise dos autores que se debruçaram sobre o tema e que contribuem para o entendimento do consumo em sua acepção mais ampla. O significado do consumo pode levar à simples representação do descartável, da insaciabilidade, de possibilidade de escolha, diferenciação social, consumo de signos, consumo de massa, homogeneização, afirmação de identidades, dentre outros aspectos.

¹⁹ A sociedade industrial iniciou em torno de 1750, durou mais ou menos 200 anos, tendo um dos seus grandes desdobramentos, a padronização na produção. Tratava-se de produzir cada vez mais, em menos tempo, e de forma padronizada. A sociedade pós-industrial emergiu através do aumento constante de tecnologias para atender a uma demanda crescente e cada vez mais diversificada. É igualmente marcada por um rápido crescimento do setor de serviços, um grande desenvolvimento tecnológico e valoração do conhecimento e criatividade a serviço de uma racionalização do trabalho e maior produtividade. O tema é bem amplo e foge ao escopo do presente trabalho. A menção aqui é válida tão somente no sentido de ressaltar as mudanças que diluem o antagonismo entre produção e consumo dentro dessa sociedade pós-industrial e pós-produtivista.

²⁰ Leis suntuárias são leis que visam regular os hábitos de consumo. Criadas com o objetivo de restringir extravagâncias e o luxo em relação ao vestuário, mas também ao consumo agroalimentar.

Para Slater (2001), a sociedade e o consumidor estão estreitamente ligados com a modernidade. Assim a cultura do consumidor e o consumo são o modo de reprodução social, dentre outros, desenvolvido no ocidente moderno. Para este autor, a cultura do consumidor é uma cultura de mercado – portanto, uma cultura típica de uma sociedade capitalista –, é impessoal, já que as mercadorias são produzidas para um mercado de massas, e desta forma o consumidor é um sujeito anônimo, refém de suas próprias escolhas. Embora o autor identifique o ato de consumo como liberdade de escolha individual, também demonstra que as necessidades dos consumidores são ilimitadas e insaciáveis. Escolhas estas que estariam cerceadas pelos interesses econômicos, bastante influenciadas pelas ferramentas de marketing. Mas esta visão conhece diversas limitações.

Bauman (2007) analisa distintas categorias sociais e traz um tom pessimista ao analisar o consumo na sociedade contemporânea, como tendo um impacto desagregador na vida das pessoas. Para ele o que nos impele ao consumo não é mais a necessidade, mas o desejo e o capricho. Desta forma, para este autor, o desejo se enraíza na comparação, na vaidade, na inveja e na necessidade de aprovação. Sendo assim, a sociedade de consumo transformou o prazer no princípio da realidade e aquilo que antes era uma ameaça – o prazer – que é agora o seu principal alicerce. O autor transfere a responsabilidade deste deslocamento aos dois séculos de capitalismo, aos profissionais de marketing e aos próprios consumidores.

Na relação de significados que o consumidor atribui à sua compra, se torna necessário refletir que o ato de comprar, sob o prisma dos estudos do consumo, se reveste de inúmeros significados, não somente do ponto de vista da mercadoria em si, mas também no plano da satisfação dos prazeres emocionais, no plano dos sonhos e desejos, bem como no imaginário cultural do consumo.

Neste sentido, Miller (2007) afirma que os estudos das ciências sociais precisariam fazer uma reflexão sobre a necessidade de abandonar os juízos moralizantes de ‘bem’ e ‘mal’ sobre, respectivamente, produção e consumo, no intuito de lograr maior clareza das relações existentes entre as mesmas. Miller pauta sua análise no consumo e não no determinismo econômico que dá unidade à explicação de Marx²¹. Todavia, para Miller (2007), produção e consumo são

²¹ É indiscutível a contribuição de Marx, especialmente no que tange ao capítulo sobre o fetichismo da mercadoria de “O Capital”. Todavia, somos do entendimento que o escopo dessa investigação adquire uma conotação que não se encaixa dentro dessa abordagem. Estamos convencidos que os

indissociáveis, tal como havia afirmado Marx em “O Capital” – sua mais importante obra.

Na obra “*A teoria das Compras*”, Miller (2002) propõe pensar a compra e o processo de escolha dos produtos como atividades ligadas ao desejo. O ato de ir às compras no supermercado pode ser analisado como um ato de amor e responsabilidade. Através das escolhas dos bens e seleção das mercadorias, emergem valores como o cuidado com alimentação saudável dos familiares, a higiene e a saúde das pessoas. Por outra parte, o ritual das compras e o produto selecionado estão impregnados de atributos e significados.

A linha que buscamos desenvolver no presente estudo vai ao encontro das discussões epistemológicas que repercutiram em diferentes áreas das Ciências Sociais, a partir dos anos 1980. Referimo-nos, aqui, às ideias que enfatizam os sujeitos sociais não mais como reprodutores da estrutura de significados pré-existentes da cultura ou do *status quo*, mas sim, como agentes que têm a possibilidade de transformar o espaço social em que incidem, através de sua prática de consumo e de suas escolhas. Trata-se de conceber o sujeito social como um agente em dialética com o mundo, numa constante construção de sua identidade através de suas escolhas materiais e dos usos do que consome. Berger e Luckmann (2013) destacam a perspectiva da construção social ligada aos diversos âmbitos da vida humana, incluindo a questão do consumo de bens materiais e simbólicos. Nesse sentido, segundo suas próprias palavras,

Na vida diária esta ‘negociação’ provavelmente estará predeterminada de uma maneira típica, como no característico processo de barganha entre compradores e vendedores. Assim, na maior parte do tempo, meus encontros com os outros na vida cotidiana são típicos em duplo sentido, apreendo o outro como um tipo, e interagindo com ele numa situação que é por si mesma típica (BERGER e LUCKMANN 2013 p. 14, destaques no original)

Cabe lembrar que para Douglas e Isherwood (2013, p. 30), os “bens são neutros, seus usos são sociais, podem ser usados como cercas ou como pontes”. Para os autores, ao escolhermos alguns bens em detrimento de outros, estamos, continuamente, criando padrões de discriminação, reforçando outros, criando assim hierarquias. Desta forma, através dos bens, o consumo torna visível um processo de

autores citados na primeira parte dessa seção elucidam as razões dessa escolha e servem de argumento para explicar a construção do marco teórico.

classificar pessoas, coisas e eventos. No ato de consumir o indivíduo está dizendo algo sobre si mesmo, sobre seus pares, sobre o seu local de vida.

Quando se diz que a função essencial da linguagem é sua capacidade para a poesia, devemos supor que a função essencial do consumo é sua capacidade de dar sentido. Esqueçamos que as mercadorias são boas para comer, vestir e abrigar; esqueçamos sua utilidade e tentemos em seu lugar a noção de que as mercadorias são boas para pensar: tratemo-las como um meio não verbal para a faculdade humana de criar (DOUGLAS e ISHERWOOD, 2013, p. 106).

Precisamos refletir que as escolhas de bens materiais, no sentido antropológico, carregam altas doses de significação social.

Assim também Barbosa (2004) demonstra que o ato de consumir está contido num universo de significados, tanto do ponto de vista do sujeito e dos seus anseios, como do ponto de vista da sociedade e dos seus valores.

Todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural. As atividades mais triviais e cotidianas como comer, beber e se vestir, entre outras, reproduzem e estabelecem mediações entre estruturas de significados e o fluxo da vida social através dos quais identidades, relações e instituições sociais são formadas, mantidas e mudadas ao longo do tempo (BARBOSA, 2004, p. 13).

Canclini (2006) propõe reconceitualizar o consumo como espaço que serve para pensar, onde se organiza uma grande parte da racionalidade econômica, sociopolítica e psicológica da sociedade. Assim, este autor pretende entender como as mudanças na maneira de consumir podem haver alterado as possibilidades e as formas de exercer a cidadania, levando em conta a degradação da política e a descrença nas instituições, onde os sujeitos não se sentem mais representados por partidos ou sindicatos, podendo surgir outros modos de participação

Neste sentido, Canclini (2006) afirma que no mundo globalizado as regras de mercado influenciam até mesmo a atividade política e assim, o exercício de cidadania como núcleo das relações sociais. Este autor aponta que a globalização levou a uma rápida interconexão dos diferentes povos e diferentes culturas, fazendo com que as fronteiras se reconstituam a partir de novas bases. Por outra parte, longe estamos daquilo que alguns autores preconizavam no sentido de considerar que a massificação levaria inexoravelmente à perda ou diluição de identidades.

Canclini (2006) observa que como desdobramento da globalização e internacionalização houve uma busca por afirmação dos saberes e das culturas. Assume a forma de uma demarcação de identidades, dos usos e costumes e do chamado multiculturalismo, sobretudo nas grandes cidades. Isso porque através do consumo podemos sentir que fazemos parte das redes sociais. Nesse sentido, é necessário frisar que a visão do consumidor como alguém manipulado e como um ator irracional e alienado deve ser desconstruída, assim como da ideia de que atua somente em função de princípios estritamente ideológicos.

Portilho (2005) descreve o desdobramento do discurso ambiental ao longo dos quatro últimos decênios. A partir da década de 1970, a responsabilidade pela degradação do meio ambiente era atribuída essencialmente à órbita dos processos de produção. As indústrias eram apontadas como as principais causadoras da poluição e destruição dos recursos naturais, ao que podemos agregar a agricultura intensiva e produtivista comentada anteriormente. Após a 'Rio92', os documentos produzidos, a exemplo da Agenda 21, começam a apontar a responsabilidade da crise ambiental aos estilos de vida e ao consumo desenfreado. Este fato marca, segundo Portilho, o deslocamento do discurso dominante dos problemas ambientais causados pela produção para a responsabilização dos problemas ligados à esfera do consumo.

Neste sentido, mostra que é necessário um deslocamento do olhar das Ciências Sociais da esfera produção para a esfera do consumo.

Contudo, analisar a sociedade a partir de uma abordagem orientada pelo consumo traz inúmeras implicações, não apenas para as ciências sociais e para as políticas ambientais, mas também em termos de novas possibilidades de ação política. É notório que a partir do momento em que o tema ganha relevância, a agenda ambiental internacional passa a ter outras prioridades, ao mesmo tempo em que vão surgindo novas questões, que se tornam visíveis ou ganham nova dimensão. (PORTILHO, 2005, p. 2)

Portilho (2005) traz ao debate o consumo como um terreno de possibilidades para a ação política, já que ao selecionar e adquirir os bens tornamos público aquilo que consideramos valiosos. Propõe, a partir daí, a construção de novas abordagens interdisciplinares sobre o tema, para além da visão economicista da escolha racional e da teoria da demanda que não dão conta das complexas variações individuais e coletivas da atualidade.

Portilho (2005) ressalta que o consumo comporta muito mais significados socioculturais do que propriamente econômicos. Defende a necessidade de investigar uma nova noção de cidadania como um processo de aprendizado social e construção de novas relações sociais e práticas políticas que deem conta da diversidade de questões que emergem na cena cotidiana.

Ao analisar a politização do consumo, a partir de inúmeros autores, Portilho (2005) demonstra a transformação nos discursos sobre os consumidores, mostrando a transição, nos últimos anos, da estratégia do ‘consumidor verde’ para o ‘consumidor sustentável’. O ‘consumidor verde’ é aquele que inclui em seu “poder de escolha” a variável ambiental, juntamente com as variáveis qualidade e preço, procurando adquirir produtos que não agredam o meio ambiente. Todavia, este tipo de consumidor se atém à estrita esfera das novas tecnologias ou mesmo ao que se conhece como fenômeno “*greenfriendly*”²², sendo invariavelmente incapaz de abarcar a órbita da produção, circulação e distribuição. Além disso,

A estratégia de consumo verde pode ser analisada, ainda, como uma espécie de transferência da atividade regulatória em dois aspectos: do Estado para o mercado, através de mecanismos de auto-regulação; e do Estado e do mercado para o cidadão, através de suas escolhas de consumo. Assim, ambos – governos e empresas – encorajariam a responsabilidade individual, implícita ou explicitamente, através de referências ao poder do consumidor, ao “bom cidadão” ou à valorização da contribuição pessoal de cada um, transferindo a responsabilidade para um único lado da equação: o indivíduo. (PORTILHO 2005, p. 3; destaques no original)

A armadilha para este consumidor é transferir a ele boa parte das responsabilidades, liberando governos e empresas do cumprimento de tal papel. Por outro lado, o ‘consumo verde’ não leva em conta aspectos como redução de consumo, a descartabilidade. O custo ambiental agregado à mercadoria pelas empresas recai sobre o consumidor e sobre a sociedade em geral, a qual demanda a reciclagem, o uso de tecnologias limpas e a redução do desperdício. O tema da desigualdade de acesso aos bens materiais normalmente não transparece no discurso do ‘consumidor verde’, razão pela qual, se fala comumente de elitização do

²² Assim como existe o fenômeno “eco” ou “greenfriendly”, compreendendo uma predisposição do cidadão por adquirir e consumir artigos que sejam “amigos do ambiente”, ecológicos ou sustentáveis, há também aquilo que se conhece como “maquiagem verde”, pressupondo uma estratégia deliberada das empresas no sentido de levar o consumidor ao engano e à ilusão de que estaria ajudando a proteger o ambiente natural e, assim, ampliar suas vendas.

consumo, dado que se destina apenas a uma parcela da sociedade, de maior nível de instrução e rendas mais altas.

Com o reconhecimento dos limites e armadilhas do ‘consumo verde’, surgem propostas que “ênfatizam as ações coletivas e mudanças políticas institucionais como a proposta do consumo sustentável” (PORTILHO, 2005, p. 4). Através deste discurso as questões relacionadas ao meio ambiente, além de estarem focadas no aspecto de como usamos os recursos, agregam, também, o quanto usamos ou consumimos. Desta forma, emerge a preocupação com o problema de acesso, distribuição e justiça. O deslocamento do ponto de vista propicia que o indivíduo construa, através do consumo, uma ativa prática social, política e ecológica. Desta forma, na “proposta do consumo sustentável” (PORTILHO, 2005, p. 4), os consumidores são pensados como sujeitos políticos que fazem, através de suas escolhas, uma crítica à produção e à distribuição que não leva em conta a importância das questões ecológicas ou ambientais.

Portilho (2005) mostra a imbricação entre a esfera pública e a privada, entre o coletivo e o individual, as quais são inerentes e subjacentes ao ato do consumo. Com efeito, segundo suas próprias palavras:

Acreditamos que o debate sobre o meio ambiente e consumo pode se dar numa arena ao mesmo tempo pública e privada, envolvendo questões de ambas as esferas e recuperando as pontes entre elas. Através deste debate, a questão ambiental finalmente pode ser colocada num lugar em que as preocupações privadas e as questões públicas se encontram. Dessa forma, a estratégia política do consumo sustentável poderia funcionar como uma maneira de trazer problemas coletivos para a vida pessoal, aproximando as esferas privada e pública. (PORTILHO, 2005, p. 10).

Em outro artigo, Portilho (2008) analisa os discursos sobre as práticas de consumidores em uma feira de produtos orgânicos no RJ. Nessa pesquisa analisou um número de consumidores frequentes desta feira, mas que não possuíam vínculo a associações ou movimentos institucionalizados. São consumidores “comuns”, como ressalta a autora, mas nem por isso menos entusiasmados em ações típicas na esfera do consumo politizado. Concretamente, “trata-se de pessoas que, por diversas razões, usam o consumo como forma de ação política e, em alguns casos, não parecem se interessar pela participação em movimentos institucionalizados, evitando explicitamente esta forma de participação” (PORTILHO 2008, p. 3).

Com base nessa pesquisa, a autora conclui que os consumidores analisados, longe de serem considerados individualistas ou despolitizados, podem ser percebidos como expressão de um processo de politização da vida privada. O consumidor se auto atribui responsabilidades que se apresentam como “uma forma de materializar um desejo de agir de forma renovadora no mundo em que está inserido, conectando as esferas públicas e privada” (PORTILHO, 2008, p. 17). Assim, ao pensarmos nestes consumidores que frequentam as feiras, e que fazem do consumo uma forma de ação política, podemos perceber, também, que as escolhas exprimem ideia de pertencimento a um grupo de pessoas ou a uma ideia. Esta relação de trocas com seus pares na feira pode redundar em articulações com outros grupos de consumidores identificados com as mesmas causas.

Columé (2013) utiliza o termo ‘consumerismo’ para se referir ao consumo político. O termo evoca o consumo responsável, ético e solidário, segundo critérios apropriados e racionais que levem em conta a origem dos produtos adquiridos e os impactos ambientais e sociais dele decorrentes. Para Columé (2013), o consumerismo pode ser “compreendido como um movimento ou fenômeno histórico onde as pessoas e grupos, como é o caso dos consumidores, se utilizam dos bens materiais como estratégias para intervir nas arenas políticas ou econômicas” (COLUMÉ, 2013, p. 121). Desta forma, segundo o autor citado, os exemplos de manifestações em boicotes bem-sucedidos de marcas globais, no crescimento de demanda por comida orgânica, ou produtos oriundos do comércio justo e da economia social, podem ser retratados como uma revolução de baixo para cima, refletindo tanto a manifestação de um novo estilo de vida quanto a própria natureza da participação política.

A contextualização que até aqui realizamos sobre a questão do consumo contraria o reducionismo da visão economicista, sobretudo porque entendemos que o ato de compra de alimentos ecológicos, de frequentar as aludidas feiras e as atividades que se desenvolvem dentro e fora desse espaço não se restringe à simples satisfação de necessidades imediatas. O momento atual favorece uma ampliação crescente das fronteiras do conhecimento, fazendo com que as pessoas tenham maior acesso à informação e incorporem, nos seus hábitos de consumo, diversos aspectos que vão muito além da questão do preço, da oferta, e da necessidade. Há, não obstante, outros pontos referenciais que devem ser incorporados ao marco teórico desta dissertação de mestrado.

2.3 Alimentação: Comida e alimentos nas feiras

Quando falamos de comida é preciso pensar que comer é o primeiro ato praticado desde o nascer, nos acompanhando durante toda a existência. Comemos para sobreviver, e ocupamos desta forma boa parte de nossa vida na relação com a comida. Vale dizer que “comer” é o ato mais íntimo que nos liga diretamente ao sentido e à necessidade de sobrevivência. Nesta relação, Mintz (2001, p. 31), afirma que “o comportamento relativo à comida liga-se diretamente ao sentido de nós mesmos e à nossa identidade social, e isso parece valer para todos os seres humanos”.

Mas, para além da necessidade, o ato de comer e a forma que nos alimentamos estão repletos de diversos significados. Nele estão contidos sentimentos, afetos, memória, tradição, cultura, ideais e uma infinidade de elementos que nem sempre são compreendidos em sua essência e magnitude.

Primeiramente, Mintz (2001) ressalta que nossas atitudes em relação à comida, são transmitidas desde cedo por adultos afetivamente poderosos, fazendo com que nosso comportamento alimentar esteja impregnado de um poder sentimental duradouro. Além disso, nos alimentamos várias vezes ao dia durante toda a nossa vida em meio à presença de pessoas, hábitos e crenças diversos que nos formam e se transformam. Neste sentido o autor afirma que “o que aprendemos sobre comida está inserido em um corpo substantivo de materiais culturais historicamente derivados” (MINTZ, 2001, p. 31).

O comportamento que adotamos frente à comida revela a cultura em que estamos inseridos. Embora poderemos mudar totalmente nossos hábitos alimentares no decurso da vida, “a memória e o peso do primeiro aprendizado alimentar e algumas das formas sociais aprendidas através dele permanecem, talvez para sempre, em nossa consciência” (MINTZ, 2001, p. 32).

Estas ‘memórias’ serão evocadas em diversas situações ao longo de nossa vida e constantemente tingindo o alimento de uma coloração de sentimentos evocados nesta memória que ‘tempera’ a comida com um sentido particular e inteiramente subjetivo. Ou seja, o prazer ou o desprazer que determinado alimento

nos causa estará contido não só no preparo, nos ingredientes, mas muito mais no significado, social, cultural e afetivo atribuído ao mesmo.

Em relação a este aspecto da memória, que a comida nos traz, Menasche (2010, p. 207) afirma que a relação entre comida e memória pode ser entendida “a partir da dimensão comunicativa da comida, isto é, a partir do entendimento de que, tal qual a fala, a comida pode contar histórias”. Assim, Menasche (2010) relata que sua pesquisa na cidade de Porto Alegre e na região rural do Rio Grande do Sul, mostra facetas importantes da imagem e representação que cada grupo tem da comida. Para o consumidor urbano, de Porto Alegre, o rural comparece como uma imagem idealizada, conferindo ao alimento o atributo desejado de natural, limpo e mais saboroso. Em contrapartida, para o morador rural, os alimentos industrializados convivem normalmente com os produtos caseiros, não apresentando uma valoração necessariamente negativa.

Por outro lado, o comer é uma atividade humana central em nossa vida e sobre o qual podemos exercer alguma escolha. Esta escolha permite a ligação do mundo das ideias com o mundo das coisas. Com efeito, ao escolher determinado alimento estamos fazendo uma afirmação, nos expondo ao mundo e nos relacionando com ele. A comida “entra” em nosso corpo, isto em si é algo íntimo e particular, mas ao escolher a comida eu me relaciono com o mundo das coisas em que este mundo está contido, bem como a respectiva carga cultural, moral e social da realidade em que ele está contido. Além disso, nas palavras de Mintz

A comida para cada indivíduo representa uma base que liga o mundo das coisas ao mundo das ideias [sic] por meio de nossos atos. Assim, é também a base para nos relacionarmos com a realidade. A comida “entra” em cada ser humano. A intuição de que se é de alguma maneira substanciado – “encarnado” – a partir da comida que se ingere pode, portanto, carregar consigo uma espécie de carga moral. Nossos corpos podem ser considerados o resultado, o produto, de nosso caráter que, por sua vez, é revelado pela maneira como comemos. (MINTZ, 2001, p. 32; destaques no original)

Consideramos importantes as considerações que tece Barbosa (2009) acerca da alimentação na sociedade contemporânea. Esta autora reitera que comer se tornou, por um lado, a expressão de um ato político e ideológico e, por outro, a expressão de uma experiência multisensorial e de lazer.

Em uma garfada de comida que ingerimos cotidianamente múltiplas referências que aludem à origem dos produtos, ao processo de produção,

elaboração ou transformação, aos compromissos mais amplos com a sustentabilidade, em suas diferentes facetas (ética, econômica, ambiental, social, etc.), ou dimensões. Outros fatores (tradição gastronômica, rituais de consumo e alimentação, etnicidade, religiosidade singularidade) são incorporados à discussão.

Barbosa (2009) aborda quatro grandes tendências da alimentação contemporânea que julgamos importantes para situar o objeto da pesquisa que ensejou esta dissertação, quais sejam, a) cientificação, b) saudabilidade, c) valorização de origem e d) gastronomização²³. Vejamos cada uma delas.

A cientificação é uma tendência alimentar que se origina do impacto da ciência na sociedade contemporânea. Ela influencia a tomada de decisão das pessoas sobre o que é mais seguro consumir, havendo o produto sido resultado de testes científicos que comprovam a segurança e confiabilidade do mesmo. Dentro desta tendência alimentar, Barbosa (2009) tipifica três dimensões importantes. Para o objeto dessa dissertação a que mais nos parece adequado sublinhar é a “Medicalização”. A medicalização²⁴ dos alimentos envolve aspectos ligados ao âmbito da medicina e da nutrição. “Por medicalização da alimentação entende-se a predominância de um discurso nutricional e médico acerca da alimentação que enfatiza o alimento em detrimento da comida” (BARBOSA, 2009, p. 23).

Neste sentido, o que a medicalização busca é o máximo aproveitamento do alimento, enquanto combustível ou suporte das atividades do corpo, pouco importando as concepções de sabor, cor, tradição ou questões ligadas à sociabilidade. A autora citada destaca que como “os alimentos são percebidos como instrumentos de promoção de saúde e doença, eles são hierarquizados em uma escala de saudáveis e não saudáveis que oscila permanentemente na razão direta das novas pesquisas científicas” (BARBOSA, 2009, p. 24).

Essa dimensão valora as correspondências entre alimentação e tipos de doenças. Tabelas e pirâmides alimentares são apresentadas ao consumidor para influenciá-lo na busca pelo equilíbrio perfeito. As fronteiras do conhecimento científico, da nutrição, da medicina se estreitam, sensivelmente, mas em

²³ Barbosa (2009) refere-se a várias outras tendências alimentares como a indulgência, conveniência, individualização da ingesta, nostalgia do rural, aumento da diversidade, diminuição das diferenças entre os segmentos sociais e o próprio tempo gasto no comer. Porém, destaca que as quatro tendências citadas no corpo do texto têm impactos mais significativos nas práticas alimentares dos brasileiros.

²⁴ As outras duas dimensões no campo da alimentação, abordadas por Barbosa (2009), são a desconstrução gastronômica, representadas pelo catalão Ferran Adrià, e a gastronomia molecular, incorporada como parte da ciência dos alimentos, sendo comandada por físicos e químicos.

contrapartida, o ônus disto é que a responsabilidade coloca-se inteiramente no indivíduo que arca, cada vez mais, com as escolhas na promoção da própria saúde.

A saudabilidade, por seu turno, está muito ligada à tendência de medicalização aludida anteriormente. Porém ao olhar mais detidamente desvelam-se algumas diferenças. Embora as questões de valor nutricional dos alimentos estejam presentes, o foco maior não é só a saúde do corpo, dado que estão em jogo questões como a origem dos alimentos, a sustentabilidade e a forma de produção. “Por trás de uma postura ‘saudável’, tem uma proposta de reformulação da sociedade contemporânea, do corpo e da alimentação” (BARBOSA, 2009, p.29. destaques do original).

Desta forma, a saudabilidade é mais ampla que a medicalização. Nosso corpo não é pensado como uma máquina, mas como um templo. Nesse sentido, o que entra em nosso corpo se reveste de uma conotação de sagrado. Dessa tendência fazem parte noções como equilíbrio, bem-estar físico e espiritual. A conexão com a natureza, com quem produz o alimento e como o mesmo é produzido se conectam com a perspectiva do equilíbrio e harmonização do corpo físico e do corpo espiritual.

Embora a saudabilidade também se apoie na ciência enquanto medicalização, o enfoque aqui é outro. A saudabilidade se apoia na perspectiva de uma ciência alternativa para confrontar a ciência estabelecida. Exemplo disto é a associação direta com o discurso ecológico ou da sustentabilidade, que possui claramente uma orientação ideológica ou política. Tem como um dos objetivos principais restaurar a pureza do planeta, combatendo a artificialização da vida, o uso dos produtos de síntese na produção agropecuária e de conservantes químicos na conservação dos alimentos. Desta forma a saudabilidade se liga intimamente com a produção orgânica, com a agricultura familiar de base ecológica e com ideologias que preconizam hábitos mais naturais, a exemplo da alimentação vegetariana, crua e/ou vegana²⁵.

Há também uma hierarquização do valor dos alimentos, mas com um sentido diferente ao da medicalização. Para a saudabilidade, os vegetais e as frutas estão à frente dos ovos e laticínios e as carnes viriam depois, tendo a prioridade às carnes brancas em detrimento das vermelhas. Porém, o enfoque da hierarquia está mais relacionado com a pureza, o menor desgaste dos recursos naturais para a sua

²⁵ A filosofia vegana abstém-se do consumo de animais ou mesmo de produtos derivados (mel, ovos ou laticínios) da produção animal.

produção e a “superioridade moral do produto”, para além do que a questão da quantidade de vitaminas e elementos nutricionais presentes no alimento. Com efeito,

No âmbito da saudabilidade, a comida deixa de ser uma questão de tradição, gosto e/ou de automatismo e passa a ser uma escolha consciente, um estilo de vida e uma ética. O que coloco dentro de minha boca deve ser fruto de uma decisão que leva em conta o meu corpo, a sociedade em que vivo, o meio ambiente e vários outros aspectos e não apenas os que tradicionalmente nos acostumamos a associar à comida. (BARBOSA, 2009, p. 33).

A valorização de origem é outra tendência da alimentação abordada por Barbosa (2009), igualmente importante na cena cotidiana da sociedade contemporânea. Para a autora, a origem do produto é um dos aspectos mais politizados e valorizados no âmbito da alimentação, pois o rótulo de um produto que indica sua origem, agrega ainda outros significados, desde a conotação política –que orienta a escolha, ou não, da compra, a exemplo dos *buycotts*²⁶ –, até preocupações como pandemias, níveis nutricionais requisitados na medicalização, aspectos naturais da saudabilidade, de frescor, ou sabor da gastronomização. Valorizar a origem está associado, no nosso entendimento, à importância crescente das chamadas “indicações geográficas” (denominações de origem e indicações de procedência) que se inserem no âmbito do que se conhece como “sinais distintivos de mercado”²⁷.

Barbosa (2009) sublinha ainda três significados ligados a esta tendência alimentar, quais sejam: a origem como fruição, a origem como politização do mercado e origem como rastreabilidade. Na origem, como fruição, entra em consideração o consumo como experiência. “Nesta concepção o indivíduo consumiria por um desejo de tomar parte de atos criativos de expressão de sua individualidade” (BARBOSA, 2009, p. 37).

²⁶Cabe ressaltar que Barbosa (2009) se refere, aqui, ao neologismo inglês para diferenciar *boycott* ou boicote de *Buycotts*. Enquanto *Boycott* refere-se a negação da compra como uma forma ativa de protesto. A autora refere-se a *Buycott* como “atos de consumo, através dos quais você opta por um determinado produto, serviço, ou marca, tomando como base as qualidades ecológicas e sociais que ele apresenta. Isto significa que minha escolha transcende as dimensões de função e de custo-benefício do produto e se volta para as considerações simbólicas acerca das condições de produção e ambientais do mesmo” (BARBOSA, 2009, p. 36). Autores como Portilho (2008) e Castañeda (2010) utilizam este mesmo neologismo para diferenciar e caracterizar a prática do consumo político onde o consumidor leva em consideração os aspectos de cultivo, impacto ambiental na escolha de um produto em detrimento de outro.

²⁷ Sobre a questão das indicações geográficas e de outros signos distintivos de mercado, ver a propósito as obras de Sacco dos Anjos e Caldas (2014a, 2014b).

Neste plano, o consumidor escolhe e valoriza determinados atributos que se associam a um sentido subjetivo. O consumidor adquire determinados produtos que ele transforma como se fora um “artesão”, dando-lhe novos significados. Desta forma, sua escolha sobre determinados itens pode ter como motivadores projetos seus de transformação em sua esfera restrita. A gastronomia é um exemplo deste tipo de consumo, bem como a horta caseira onde se busca combinar o produzido com o que é adquirido, dando-lhe uma condição de genuíno.

A valorização da origem como politização tem sua origem no processo de certificação da década de 1980 como resultado do movimento contra cultural da década de 1970. Com o movimento das certificações, as empresas eram avaliadas e certificadas conforme seu desempenho, produtividade e padronização. Na valorização da origem como politização os critérios de escolha dos consumidores levam em conta, além da qualidade do produto, aspectos morais como a questão de que os produtores vivam dignamente do trabalho, que não haja trabalho escravo e que seja baseado no comércio justo.

A valorização da rastreabilidade prima pela capacidade de identificar a origem e a trajetória do alimento ao longo de toda a cadeia de produção, processamento, distribuição e consumo. A rastreabilidade é considerada como algo fundamental para a segurança alimentar, especialmente no que tange ao monitoramento do artigo até chegar ao destino final. Surge na esteira dos escândalos alimentares, como as epidemias de salmonela, a doença da vaca louca, o temor face à presença de alimentos geneticamente modificados conectando-se com o que foi comentado anteriormente acerca da sociedade de risco em que estamos imersos (BECK, 2012), bem como de outros temas vinculados à regulamentação e certificação dos produtos.

Por fim, face a tendência de gastronomização o alimento deixa de ser visto como combustível, ou nutriente, para ser pensado como comida. Comida aqui é entendida como fonte e objeto de prazer, gosto, expressão de cultura e de tradição. Todos os sentidos são aguçados para apreciar e valorar a comida. Na gastronomização, comer se torna lazer, preparar a comida converte-se em um hobby e, principalmente, um instrumento de sociabilidade. Conjuntamente, tais elementos representam fatores constitutivos ou formadores de identidades. Mas agora a identidade está ancorada não naquilo que eu como e sim no que eu sei sobre a comida e como eu a preparo.

O que parece muito significativo nas quatro tendências alimentares elencadas anteriormente é que elas não se opõem entre si. Em verdade, são complementares e interrelacionadas. A saudabilidade por possuir sua ênfase na alimentação ecológica ou orgânica, se coloca no centro das transformações do processo produtivo alimentar que envolve os meios tradicionais e artesanais de produção. A gastronomia reflete uma qualidade que é tributária do respeito aos ritmos da natureza e que concretamente está presente na forma ecológica de produzir. A perspectiva da cientificação dos alimentos passa pelo entendimento de que a saúde é um reflexo direto da qualidade do que se consome e pelo necessário afastamento dos produtos industrializados, padronizados e excessivamente elaborados e resultantes da adição de produtos químicos (conservantes, flavorizantes, etc.).

Assim, procuramos através dos conceitos desenvolvidos por Barbosa (2009) apresentar as diversas transformações e tendências de alimentação na sociedade contemporânea, as quais nos auxiliam a situar algumas nuances do consumo de produtos orgânicos no Brasil e que, por conseguinte, contribuem para compreender a dimensão que adquirem as feiras de Porto Alegre, dentro das particularidades desta modalidade de abastecimento. Como veremos oportunamente, tais tendências estão contidas na fala dos consumidores que foram por nós entrevistados.

A preocupação em adquirir alimentos que não comprometam a saúde de quem os consome e que não agredam o meio ambiente; o interesse em compromissos mais amplos com a preservação dos recursos naturais, com as condições de vida de quem produz, ou mesmo com a questão da inclusão social; são exemplos patentes de valores e que estão presentes, em maior ou menor grau, no ato de adquirir e consumir determinados tipos de produtos agroalimentares.

Decididamente, a escolha por produtos orgânicos não pode ser medida, ou se encaixa, dentro dos esquemas analíticos usuais. As feiras ecológicas de Porto Alegre espelham uma faceta desse fenômeno, assim como uma perspectiva extremamente rica para abordar todas estas questões. Uma das formas de compreender suas particularidades é considerá-las como exemplo do que a literatura sociológica considera como ‘canais curtos de comercialização’ e também como a literatura internacional vem denominando como ‘Alternative agro-food networks’ (redes agroalimentares alternativas ou AFN), cujas características essenciais serão abordadas na próxima seção dessa dissertação. O objetivo, como

ficará demonstrado, é robustecer o marco teórico para que assim possamos analisar o contexto empírico com maior amplitude e profundidade.

2.4 Os canais curtos de comercialização e redes agroalimentares alternativas

A venda direta de produtos para o consumidor é uma atividade milenar que sofreu uma grande alteração na segunda metade do século XX. A partir dos anos 1970 os estabelecimentos de autosserviço, adaptados ao contexto urbano e ao uso de automóveis, começaram a expandir-se. O resultado desta mudança foi o surgimento de grandes cadeias de varejo, tal como conhecemos hoje, as quais dominam majoritariamente a distribuição de alimentos, sobretudo no mundo ocidental.

Segundo Darolt (2013, p, 140; destaques no original) “o comércio massivo para grande distribuição, aliado ao hábito de comer fora de casa num estilo de vida considerado ‘moderno’, criou um modelo de produção-distribuição-consumo concentrado em circuitos longos, afastando cada vez mais produtores e consumidores”. Com isto, as feiras – representantes das vendas diretas – que antes ocupavam uma presença destacada nas pequenas, médias e grandes cidades e eram fundamentais para o abastecimento doméstico, se tornaram símbolo de precariedade e de obsolescência, com o avanço da modernização das estruturas de distribuição.

Nesse curso, cederam espaço, cada vez mais, para os grandes mercados, vistos por muitos como mais seguros, confortáveis higiênicos e impessoais, o que correspondia sempre mais ao gosto e ao modo de vida urbano moderno. Porém, como identificam Sacco dos Anjos, Caldas e Godoy (2005), as feiras não deixaram de existir. Resistiram, através dos tempos, de maneira muitas vezes, precária, em parte pelo fato dos feirantes não conseguirem adequar-se aos novos tempos, mas também pela falta de apoio e assessoria técnica de órgãos dos governos que não davam a devida importância a este peculiar canal de comercialização.

Durante a segunda metade da década de 1960, o Brasil vivia os anos da ditadura militar, período no qual o país sofre um dos mais violentos processos de êxodo rural por conta de mudanças que ocorrem no campo, bem como em meio ao

surgimento de grandes metrópoles e de grande adensamento urbano. Os impactos da 'revolução verde' se fazem sentir rapidamente e chegam com toda a intensidade. Diversas medidas foram implementadas para a modernização da agricultura. A Embrapa²⁸ e a Embrater²⁹ são criadas, ao longo dos anos 1970, cumprindo respectivamente o papel de criar e difundir as novas tecnologias agrícolas. Temos aí a entrada massiva do uso de agrotóxicos para aumentar a produção com o discurso de acabar com a fome do mundo e ampliar a oferta de produtos agrícolas e matérias-primas para um setor industrial, que se expandia no mesmo ritmo.

Brandenburg (2002) ressalta que a política de modernização agrícola operou de forma totalmente excludente em relação aos pequenos produtores, que não eram contemplados pelos benefícios governamentais, sobretudo no acesso ao crédito agrícola e a infraestruturas públicas de apoio à produção e melhoria de qualidade de vida no meio rural. Estes agricultores encontravam-se, por este motivo, desamparados diante da ênfase dada pelo Estado autoritário à grande exploração e ao latifúndio exportador.

Da crítica a este modelo concentrador, injusto e autoritário, surgem movimentos que, de forma difusa, dentro de um país de dimensões continentais, propugnam uma forma de agricultura alternativa, não somente em termos das questões sociais (acesso à terra, ao crédito, à água, etc.), mas também em termos ambientais, denunciando os efeitos da destruição dos recursos naturais. Submetidos aos efeitos dos processos de exclusão e aos mecanismos de expropriação do seu sobre trabalho pelas empresas ligadas aos grandes complexos agroindustriais, os pequenos agricultores e trabalhadores rurais encontram apoio nas chamadas Comissões Pastorais da Terra (CPT) da Igreja Católica. As CPT desenvolvem um serviço de assistência aos agricultores numa perspectiva crítica à modernização da agricultura.

Brandenburg (2002, p.2) afirma que esta agricultura alternativa “representa uma opção de sobrevivência para o agricultor familiar e significa a reconstrução de

²⁸ A Empresa Brasileira de Pesquisa agropecuária (EMBRAPA) foi fundada em 1973 com o intuito de desenvolver novas técnicas agrícolas, adaptar tecnologias e novas cultivares importadas de outros países.

²⁹ A Empresa Brasileira de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMBRATER) surgiu em 1975 com o objetivo de prestar assistência técnica aos agricultores objetivando facilitar e incentivar a adoção das tecnologias da revolução verde. A concessão de crédito agrícola subsidiado foi decisiva para a compra de máquinas e vulgarização do uso de adubos químicos e de uma ampla gama de venenos agrícolas (fungicidas, inseticidas, herbicidas), uma realidade que se consolidou e que faz hoje, do Brasil, o maior mercado consumidor destes produtos em todo o planeta.

uma relação socioambiental cuja raiz tem origem na condição camponesa”. Um exemplo destas organizações, ligada à Comissão Pastoral da Terra, é o Centro de Tecnologias Alternativas e Populares – CETAP. Este tipo de organização visava a transformação social e a construção de uma sociedade mais democrática. Para Brandenburg (2002), a agricultura alternativa e a agricultura ecológica emprestam o mesmo significado já que o movimento agroecológico é um contramovimento em relação ao domínio indiscutível da agricultura produtivista e busca alternativas ao padrão agroindustrial a ela atrelado.

Com o fim da ditadura militar no Brasil e o processo de redemocratização nacional, os movimentos ambientalistas e as organizações ligadas à reforma agrária ganham força e voz e começam a exercer pressão no cenário político nacional. Picolotto e Brandenburg (2013) assinalam que a crise econômica que atingiu a agricultura, no final da década de 1970 e início dos anos 1980, causou a falência de muitos agricultores que haviam se incorporado ao modelo incentivado pelo governo.

Com o cenário de redemocratização do país, a partir da segunda metade da década de 1980, e que culminou com a constituição de 1988, vislumbra-se a possibilidade de fomentar importantes mudanças políticas e sociais. Um acontecimento importante a ser destacado é a realização da I Conferência Mundial sobre Meio Ambiente (a ‘Eco 92’) realizada no Rio de Janeiro. Esta conferência contou com a presença de inúmeros chefes de estado para tratar da Biodiversidade e do desenvolvimento sustentável. Paralelamente à ‘Eco 92’ ou ‘Rio92’ aconteceu o Fórum Global das ONGs. Este fórum fomentava debates e propostas sobre o que hoje denominamos de sustentabilidade.

No Rio Grande do Sul diversas organizações ambientalistas exerceram um papel destacado no sentido de denunciar os impactos da agricultura produtivista e defender a construção de uma outra agricultura. Esse é o caso da Associação Gaúcha de Proteção ao Ambiente Natural (AGAPAN) e da Coolméia, uma cooperativa pioneira de consumidores de produtos ecológicos que exerceu grande influência em Porto Alegre e no estado do Rio Grande do Sul. Essa influência se fez sentir no surgimento de associações de produtores e consumidores ecologistas, mas também de feiras ecológicas que contavam com o incentivo e assessoramento da Coolméia.

O estudo de Darolt (2013) analisa os mercados locais e os canais curtos de comercialização existentes no Brasil e na França, os quais são vistos como uma

importante medida de apoio à produção ecológica, bem como uma estratégia importante para o desenvolvimento local, principalmente, como uma chave capaz de reconectar os consumidores e os produtores deste tipo de produto. Ademais, Darolt (2013) afirma que ainda não existe uma definição oficial no Brasil para “canais curtos de comercialização”. Mas o próprio termo, por si só, já sinaliza para uma maior proximidade entre produtor e consumidor. Neste tipo de circuito a proximidade e as relações face a face entre consumidores e feirantes são cruciais, sobretudo porque sabidamente se baseiam na confiança, reciprocidade e solidariedade entre os envolvidos.

Mas o estudo de Darolt (2013) traz ainda outros elementos que quiséramos destacar. Segundo esta fonte, a maioria dos consumidores de alimentos orgânicos no Brasil (72%) os adquire junto aos supermercados³⁰. Não obstante, o autor reitera que uma boa parte deles se vale também das feiras de produtores orgânicos para complementarem suas compras, assim como de pequenos varejos ou lojas especializadas.

Os dados mais recentes sobre a expansão da agricultura orgânica (NIEDERLE e ALMEIDA, 2013) parecem sinalizar também para uma tendência de crescimento na relevância das feiras ecológicas como canais de venda direta destes produtos. Todavia, as informações não são precisas e atualizadas.

Os canais curtos podem ser de venda direta – das mãos do produtor e entregues diretamente ao consumidor – ou venda indireta – onde um intermediário entre o consumidor e o produtor como ocorre no caso das cooperativas ou pequenas lojas especializadas. Mas uma característica fundamental é que os canais curtos requerem proximidade geográfica e participação ativa do consumidor. Os canais curtos permitem uma melhor remuneração do produtor, preços mais justos ao consumidor, uma dinamização da economia local, a redução do impacto ambiental pelo menor uso de embalagens plásticas e menor gasto energético com transporte (DAROLT, 2013).

Entre as modalidades mais comuns de Canais curtos de comercialização de alimentos orgânicos no Brasil, segundo Darolt (2013), constam:

³⁰ Supermercados e hipermercados representam circuitos longos de comercialização, já que, na maioria das vezes, envolvem diversos intermediários entre o produtor e consumidor, tornando, assim, a comercialização impessoal do ponto de vista do consumidor que perde a conexão com a origem do produto, forma de cultivo e elaboração.

a) Venda Direta: todas as operações se dão de forma direta entre produtor e consumidor final, tais como: entregas a domicílio de cestas ou sacolas; feiras ecológicas; feiras especializadas (feiras agropecuárias, salões e eventos); lojas de produtores; vendas na propriedade; vendas para programas de governo, ou mercados institucionais (Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar, o PAA, e o Programa Nacional de Alimentação Escolar, PNAE).

b) Vendas Indiretas: Intervenção de agente intermediário entre o produtor e o consumidor, sendo a produção comercializada em lojas especializadas; lojas de cooperativas de produtos e consumidores ecológicos; restaurantes coletivos e individuais; pequenos mercados de produtos naturais; lojas virtuais

As vendas diretas, no Brasil, representam uma das mais importantes formas de escoamento da produção agroecológica. A maioria dos produtores no Brasil se vale de dois canais de venda – as feiras e os programas do governo (PAA e PNAE). Com o crescimento da demanda dos consumidores, começam a aparecer, a cada dia, novas alternativas de comercialização destes produtos, a exemplo das cestas verdes prontas³¹, as compras na propriedade, aliado ao turismo rural e a oferta de hospedagem, gastronomia e lazer em propriedades dedicadas a essa forma de agricultura. Neste sentido, podemos pensar que

A evolução de mercados baseados em circuitos curtos pode contribuir para mudança de hábitos de consumo dos consumidores em relação à alimentação saudável ao mesmo tempo em que cria novos mercados para a produção de base ecológica. (DAROLT, 2013, p. 165)

Podemos destacar que uma alternativa muito pertinente de comercialização da produção agroecológica e interação direta entre produtor e consumidor são os grupos de consumo solidário. Embora ainda pouco numerosos no Brasil, representam uma alternativa de estreitamento de laços entre o rural e o urbano. Os grupos de consumo responsável têm um papel que vai além da relação de entreposto comercial, oferecendo apoio a esse modo de produção, onde o consumo destes artigos, mais do que suprir necessidades imediatas, carrega consigo um sentido de ação política que se mostra na dinâmica de autogestão, na aproximação estabelecida entre consumidores e produtores e na proposta de atuação em rede

³¹ Iniciado em 2007, a experiência “*vegetable box scheme*” alcança atualmente mais de 600 grupos na Inglaterra, refletindo um movimento que se expande por outros países da Europa.

(MASCARENHAS et al., 2014). O Instituto Kairós (2011)³² iniciou um levantamento, a partir de 2009, do perfil dos Grupos de Consumo Solidário no Brasil. Em seu estudo, foram identificadas 22 iniciativas de compras coletivas de produtos agroecológicos, duas delas no RS – uma em Passo Fundo e outra em Torres. Em certa medida, estas experiências são portadoras da emergência de um novo tipo de consumidor.

As feiras ecológicas, por outro lado, consistem em interação imediata e direta do consumidor com o produtor e com outros consumidores de uma forma dinâmica e intensa. O consumidor na feira não tem uma relação impessoal e anônima como no interior dos supermercados. As relações que ali se efetuam são, muitas vezes, bastante intensas ao longo do tempo. As feiras livres representam o “limiar difuso entre o rural e o urbano” (SACCO DOS ANJOS, CALDAS e GODOY, 2005, p. 19) que se tocam e se reconfiguram na troca das experiências através da intermediação do produto adquirido.

Para Sacco dos Anjos, Godoy e Caldas (2005), as ações cotidianas dos indivíduos produzem reflexos globais. A decisão de comprar este ou aquele alimento pode afetar a quem vive a léguas de distância e também contribuir, ou não, para a degradação ambiental e/ou para a conservação de determinados hábitos de consumo e/ou estilos de vida. Ainda segundo este estudo, as feiras desempenham um papel importante na questão alimentar, já que oferecem a garantia de acesso a alimentos social e culturalmente referenciados. Existem ainda os elementos singulares da feira, que, segundo estes autores, não estão disponíveis em outros espaços de comércio. As feiras, sobretudo as ecológicas, são marcadas por relações de proximidade, afetividade e troca de saberes.

Desta forma, concordamos com Betti et al. (2013) quando afirmam que “a identidade deste consumidor (de feiras) é formada na relação com outras pessoas e no diálogo contínuo com diferentes mundos culturais. A forma individual de consumo pode ser igualmente entendida como uma resposta da sociedade para a sociedade” (BETTI et al., 2013, p. 291). O aludido estudo compreende pesquisa realizada junto a consumidores de duas feiras ecológicas de Curitiba, cujo objetivo era captar as

³²O Instituto Kairós é uma organização da sociedade civil fundada em 2000, em São Paulo, e tem como foco prioritário de trabalho a educação, a assessoria e a pesquisa em consumo responsável e comércio justo e solidário. O Instituto Kairós atualmente desenvolve trabalho diretamente com os Grupos de Consumo Responsável (GCRs) por meio de projeto com o Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).

motivações de compra e identificar posturas políticas relacionadas às decisões de consumo. O que puderam constatar é que o consumo politizado ainda não é um movimento consolidado como nos países desenvolvidos. Contudo, as justificativas apresentadas pelos entrevistados na escolha por produtos orgânicos, do local onde foram produzidos revelam um posicionamento político em relação à temática ambiental.

Outra forma de entendermos o contexto em que se inserem as feiras ecológicas tem a ver com a emergência no contexto mais recente da Europa e Estados Unidos da América, com o que se conhece como “*alternative agro-food networks*” (redes agroalimentares alternativas) ou simplesmente AFN.

Conforme Renting, Marsden e Banks (2012), nas últimas décadas surgiu um grande número de estudos que analisam o surgimento de novas formas e cooperação entre produtores e consumidores através de redes agroalimentares funcionam paralelamente aos mercados de alimentos e em oposição aos efeitos da globalização. Estas novas relações entre produtores e consumidores assumem a forma de Redes agroalimentares alternativas, canais curtos de comercialização, ou de sistemas locais de abastecimento. Segundo estes autores, as contribuições mais recentes consideram este movimento a partir da perspectiva de um consumo sustentável e de movimentos sociais que primam pela articulação de espaços econômicos alternativos e com potencial de transformação das estruturas de produção e abastecimento.

Para Renting, Marsden e Banks (2012), estas iniciativas são extremamente importantes, dentre outros motivos, por representarem uma mudança no papel dos consumidores, deixando de serem usuários passivos ou meros compradores de produtos alimentares para um sentido mais pró-ativo de ‘cidadãos-consumidores’ que pretendem recuperar um controle sobre a maneira com que os alimentos são produzidos e fornecidos. Ao mesmo tempo representam também uma mudança do lado produtor onde a agricultura deixa de ser meramente a venda de matéria prima para a indústria alimentícia e adquire uma revalorização que resgata um significado social e político mais amplo na provisão de alimentos ao consumidor. Assim sendo, consumidores- cidadãos, em colaboração com cidadãos-produtores, remodelam suas relações e começam paulatinamente a reavaliar o significado social, cultural e ambiental dos alimentos, muito além da mera transação econômica ou da ideia do alimento como mera mercadoria.

Apesar de reconhecerem a importância do termo das Redes agroalimentares alternativas como uma delimitação para uma análise do fenômeno de emergência das redes agroalimentares, Renting, Marsden e Banks (2012), consideram que o termo tem-se revelado insuficiente ou menos adequado para as abordagens mais recentes. A ideia de alternativo acaba simplificando o debate ao extremo, dado que se mostra incapaz de perceber a imbricação entre o convencional e o que é supostamente alternativo, como é o caso do que vem sendo chamado de processo de “convencionalização de orgânicos”, com uma clara tendência de adequação do sistema hegemônico por conta dos imperativos de mercado.

Já Sanchez Hernandez (2009) afirma que no caso da Espanha a fronteira da alimentação alternativa foi fixada em suas variantes mais clássicas, que são: As denominações de origem (indicações geográficas de qualidade e indicações de origem) e a agricultura ecológica. Assim, na tentativa de dar cabo da abrangência de situações que o termo AFN abarca, propõe um esquema analítico que estabelece três argumentos constitutivos das redes agroalimentares alternativas. São eles a ênfase no produto mesmo, no processo (elaboração e distribuição) e, por fim, o lugar em que foi elaborado. Embora seu esquema apresente uma tentativa de dar cabo da complexidade que abriga o termo AFN, possui graves limitações especialmente do ponto de vista conceitual. Com efeito, “Em seu esforço de síntese acaba incorrendo no reducionismo de considerar processos atinentes às redes como se fossem os argumentos das redes propriamente ditas” (SACCO DOS ANJOS, CALDAS, MARTIL, 2016 p. 129). Este é o caso das certificações privadas que são pontuadas em seu esquema e que não deveriam ser entendidas como um argumento constitutivo das redes e sim como imperativo que se impõe nas relações que envolvem produtores, estado e consumidores.

Até este momento podemos perceber que a venda direta ao consumidor sofreu inúmeras transformações a partir da segunda metade do século XX. No Brasil, as feiras, como representantes mais antigas da venda direta, estiveram prestes a desaparecer a partir da década de 1970, por força da entrada das grandes redes varejistas. Durante um bom período viveram sob o efeito de um estigma negativo, haja vista que eram admitidas como sinônimos de atraso. Vimos também que a partir da década de 1990, e da ‘Eco 92’, a agricultura e os movimentos ambientalistas conquistaram um espaço e a visibilidade que até então inexistiam.

Este movimento de resgate dos elos com a natureza e de defesa de formas sustentáveis de produção e de consumo, propiciou, por outra parte, o florescimento de inúmeros canais curtos para a comercialização, escoamento, e consumo de alimentos orgânicos, que são confirmados por pesquisas do IDEC (2012) e dados que apontam o crescimento da produção de orgânicos no país. No próximo tópico olharemos mais especificamente para a formação das feiras ecológicas de Porto Alegre, as quais são pioneiras, como mencionamos anteriormente, no estado do Rio Grande do Sul. Como a seguir buscaremos evidenciar, sua aparição decorre das transformações mais amplas que atingiram no Brasil, sobretudo no que tange ao surgimento do movimento ambientalista e ecológico do final dos anos de 1980 e ao longo da década de 1990.

3. ASPECTOS HISTÓRICOS DA FORMAÇÃO DAS FEIRAS ECOLÓGICAS DE PORTO ALEGRE

Reunimos, nessa seção, alguns aspectos históricos que consideramos relevantes para compreender o surgimento das feiras ecológicas de Porto Alegre e, em específico, das feiras do Bom Fim e do Menino Deus – que consistem no contexto empírico da pesquisa. O estudo de Carvalho (2001) aponta o movimento de contracultura como representativo da efervescência dos anos 1960 e 1970 e das grandes transformações que ensejaram o surgimento do ideário ecológico e da militância em favor desta causa. A contracultura representa um movimento de contestação aos valores morais e sociais da época, tendo como característica uma crítica profunda ao regime capitalista, ao consumo desenfreado e aos grandes desperdícios de energia e recursos naturais. Havia uma militância ativa que preconizava uma mudança profunda no sistema de valores, incluindo o restabelecimento da relação com a natureza e o respeito às diversas formas de vida.

Almeida (1999) afirma que é com a onda de contestação vinda da Europa e do resto do mundo, nos anos 1960, que as preocupações ecologistas ganham corpo e se popularizam. Esse movimento se desdobra, segundo a mesma fonte, em duas vertentes mundiais do pensamento ecologista. Uma delas propõe ações de ordem cultural e outra considera que uma tomada de consciência só seria eficiente se fosse acompanhada de confrontação política. A ecologia crescerá do ponto de vista social após as ações de contestação à instalação de centrais nucleares levadas a termo na Europa e nos Estados Unidos da América. A diferença entre as duas vertentes é assim descrita por Almeida:

O dilema político reside, aparentemente, em um aspecto muito simples: trata-se de escolher entre um capitalismo adaptados às exigências ecologistas e, mais radicalmente, uma revolução ou reforma econômica, social e cultural profunda destinada a fundar uma nova sociedade (ALMEIDA, 1999, p. 64)

A versão considerada mais rica desta vertente culturalista, o ecologismo, “vai criar uma nova concepção, o naturalismo, que recusa a divisão entre a cultura, considerada como elemento artificial, e a natureza” (ALMEIDA, 1999, p. 65). Ainda segundo esse autor, o termo “agricultura alternativa” que passa a ser recorrentemente utilizado nas alusões a estas práticas e forma de produção “reveste-se de uma forte conotação contracultural” (ALMEIDA, 1999, p. 65). Vejamos também outros aspectos que situam o ambiente que marcou o surgimento do ecologismo no Rio Grande do Sul.

Na década de 1970, o movimento ambientalista de Porto Alegre era um dos mais atuantes do país, especialmente por trazer à frente a destacada figura de José Lutzenberger. Tratava-se de alguém de reconhecida reputação, no Brasil e na Europa, face o seu grande envolvimento e liderança em prol da preservação do meio ambiente, da crítica ao modelo convencional de produção na agricultura, bem como na reiterada denúncia do processo de degradação dos recursos naturais, cujos impactos nem sempre eram visíveis ou do interesse dos governantes e da sociedade em geral. Para Almeida (1999), Lutzenberger influenciou toda uma geração de ecologistas em diferentes correntes de pensamento.

Estávamos, à época, como esclarece Portilho (2010), no momento do deslocamento do discurso da responsabilização da crise ambiental, pelo crescimento demográfico, para uma conscientização em meio às fortes denúncias que atribuíam a responsabilidade às nações industrializadas, onde o modo de produção causaria grande parte da poluição, demandando grande quantidade de recursos e energia do planeta.

Em 1971, José Lutzenberger e o ambientalista Augusto Carneiro fundam a AGAPAN (Fig. 05). Diferentemente de iniciativas anteriores³³, segundo Jacobi

³³A União protetora do Ambiente natural (UPAN) foi fundada em 1955, em São Leopoldo RS, pelo naturalista Henrique Roessler. É a primeira entidade ambientalista registrada no RS. Com objetivos e atuação estritamente preservacionista, suas atividades se centravam na preservação da fauna e da flora, particularmente as ameaçadas de extinção de espécies. A AGAPAN é fundada somente em 1971, mas, segundo Jacobi (2003), é mais abrangente que as antecessoras e destaca-se por formular um programa de promoção da ecologia e pelo questionamento dos impactos deletérios da poluição causada pelas indústrias ao meio ambiente.

(2003), a AGAPAN tem um perfil mais abrangente, destacando-se por seus questionamentos acerca dos impactos inerentes à poluição causada pelas indústrias, bem como em termos de ousar na formulação de um programa de promoção da ecologia.



Figura 05: Lutemberger e Carneiro, em 1971.

Fonte: Acervo AGAPAN – Wordpress.com

Junto à AGAPAN, a ADFG³⁴, liderada por Magda Renner, exercia um papel de apoio e conscientização ecológica no Rio Grande do Sul. As duas associações desenvolveram uma série de campanhas que levaram a um processo de construção de uma cidadania consciente numa época onde o regime militar estava em sua fase mais dura³⁵. Mesmo sob circunstâncias tão complicadas, se manifestava a luta pela defesa dos princípios ecológicos e de preservação ambiental (Fig. 06). O ecologista

³⁴ Associação Democrática Feminina Gaúcha (ADFG)

³⁵ A Associação Democrática Feminina Gaúcha (ADFG) e a Agapan lideraram um movimento em defesa das ilhas do lago Guaíba que resultou na criação do Parque Estadual do Delta do Jacuí em 1976. Lutemberger deu palestras e entrevistas em todo o estado e no País. Esteve à frente das principais reivindicações. Um exemplo de sua força e estilo de luta, que se tornou emblemático, foi seu embate com a empresa de celulose Borregard. Instalada na cidade de Guaíba, a Borregard tornou-se alvo do mais combativo movimento de resistência ecológica do Brasil, culminando com sua interdição no final de 1973. Posteriormente, na década de 1990, sob orientação do próprio Lutemberger, esta empresa tornou-se exemplo no que tange ao tratamento e transformação de resíduos além de cuidados com reflorestamento. Como resultado de todo este movimento de conscientização, um número crescente de pequenos produtores começou, aos poucos, a transformação das formas de manejo do solo e dos recursos naturais para a produção ecológica ou orgânica.

gaúcho inspirava outros atores sociais que expressavam sua insatisfação contra o modelo de agricultura praticado no RS e a necessidade de mudanças.



Figura 06: Magda Renner em uma manifestação

Fonte: Wordpress.com

Lutzeberger exerceu um papel crucial no movimento da agricultura ecológica ou do que posteriormente passou a denominar-se de agroecologia. Foi a primeira voz que se levantou, alertando para os malefícios da agricultura praticada com o uso de adubação sintética e os problemas ambientais dela resultantes. Desta forma, motivou a que muitos agricultores mudassem sua forma de produzir e abandonassem o uso de produtos químicos e, sobretudo, de agrotóxicos, tal como podemos ver no relato de um produtor – oriundo da região serrana do estado e atualmente feirante da FAE no Bom Fim e membro da Associação Agroecológica:

Eu via na imprensa, no jornal, falar deste tal de Lutzeberger. Daí eu fui atrás procurar ele para conhecer. Neste dia conversamos muito. E eu perguntei: - Como vou fazer para chegar na propriedade e convencer a família a produzir sem veneno? Daí ele disse: - Anota aí que eu vou te dar os 10 passos da agricultura ecológica. A gente estava andando de carro, e eu consegui anotar. Eu tenho até hoje esta folha de rascunho guardada como uma relíquia para mim (relato P.L.³⁶).

³⁶Relato colhido, em 11 de outubro de 2014, na feira da FAE.

No espaço a seguir apresentamos os aspectos que descrevem o surgimento da Cooperativa Coolméia, diante da importância desse fato para a criação das feiras ecológicas que fizeram parte do recorte da pesquisa.

3.1 A Cooperativa Coolméia e a Feira de Agricultores Ecologistas (FAE)

A história das feiras ecológicas em Porto Alegre se entrelaça com a história da Cooperativa Ecológica Coolméia. Esta teve seu início em 1978, quando um grupo de pessoas associadas à Grande Fraternidade Universal – praticantes da ioga e do naturismo³⁷ e preocupados com uma alimentação mais saudável – resolveram juntar-se para fundar esta organização que é pioneira no estado do Rio Grande do Sul.

Inicia-se, assim, a primeira cooperativa gaúcha de consumidores ecologistas, com um ideário e formas de atuação que somente agora, nos últimos anos, vêm sendo assimilados e postos em funcionamento no restante do país. Seus princípios estavam em boa medida identificados com experiências semelhantes de cooperativas e organizações de consumidores da Europa, especialmente de iniciativas de consumo solidário existentes na Itália, França, Estados Unidos da América e Alemanha.

Os produtos orgânicos de alguns agricultores familiares e de pequenas associações começaram a ser entregues e vendidos na sede da Coolméia, que, inicialmente, funcionava no interior de uma garagem. Tais artigos eram quase todos adquiridos pelos associados da cooperativa. Aos poucos a cooperativa se estruturou melhor e passou a funcionar em um sobrado na Avenida Jaime Telles, no bairro Bom Fim. Nesta ocasião a Coolméia dividiu o espaço, durante certo tempo, com a AGAPAN que funcionava no mesmo endereço. Em tal período a cooperativa cresceu em termos do número de produtores que forneciam seus produtos, bem como em termos da demanda de consumidores. Posteriormente, a Coolméia mudou-se para a Rua José Bonifácio, em frente ao Parque Farroupilha, onde permaneceu até próximo ao encerramento de suas atividades, que ocorreu no ano de 2006.

³⁷ Conjunto de princípios éticos que preconizam o modo de vida baseado no retorno à natureza, uso de alimentos naturais, contato com o ar livre e o nudismo, dentre outros princípios. Nos anos 1970 e 1980 os principais nomes do movimento ambientalista brasileiro eram naturistas, entre os quais figurava o ambientalista Augusto Carneiro.

A cooperativa Coolméia possuía, no auge de seu funcionamento, três categorias de cooperativados, quais sejam: os produtores, os consumidores cooperativados – que recebiam benefício de desconto na hora da compra de produtos – e os sócios operacionais – que eram as pessoas que trabalhavam para a cooperativa, no restaurante ou no entreposto, em atividades de atendimento aos clientes e aos fornecedores. Em 1985, a Cooperativa Coolméia faz a sua primeira iniciativa de feira em Porto Alegre, chamada então de Tupambaé, que na língua tupi-guarani, significa terra de Tupã ou terra de Deus. Esta iniciativa foi um sucesso e os membros da Cooperativa sentiram-se encorajados a organizarem, em 1989, o que veio a chamar-se, então, de Feira da Coolméia, sendo uma continuidade do que foi a criação da Feira Tupambaé, que ocorria uma vez por mês ou no máximo quinzenalmente.

O surgimento da Feira da Coolméia – que posteriormente irá se chamar “Feira de Agricultores Ecologistas” ou simplesmente FAE – coincidiu com a comemoração do dia Mundial da Alimentação e da Semana Mundial da Luta contra os Agrotóxicos. José Lutzenberger, Sebastião Pinheiro, Herta K. Wiener são alguns nomes que podemos citar como grandes apoiadores e idealizadores desta feira. No sítio de internet souvegetariano.com, que reúne informações sobre as feiras ecológicas de Porto Alegre, consta a seguinte informação:

A Coolméia administrava a FAE [à época chamada Feira da Coolméia] através da sua Secretaria Cultural por entender que ela era mais que um evento econômico: era um espaço cultural e político de prática e difusão das lutas do movimento ecológico, do naturismo e do cooperativismo. Com o fechamento da Cooperativa Ecológica Coolméia em 2004³⁸, os associados agricultores e feirantes idealizaram e construíram a Associação dos Agricultores Ecologistas Solidários do RS, para representá-los e dar continuidade aos trabalhos e processos desenvolvidos. (SOUVEGETARIANO, 2016)

Desse modo, é imperioso afirmar que a cooperativa Coolméia liderou o processo e foi fonte inspiradora para a criação de outras feiras ecológicas de Porto Alegre, como é o caso das Feiras do Menino Deus, que analisaremos

³⁸Existem informações diversas sobre a data de encerramento das atividades da Coolméia. Assumimos a data de 2006 com base nos relatos dos produtores feirantes, bem como divulgado pelo Jornal Eletrônico Já, de Porto Alegre (LOPES, 2007). Optamos por manter o excerto do souvegetariano por entendermos que o processo de dissolução da Coolméia perdurou alguns anos coincidindo, possivelmente, com a data aludida de 2004. Além disso, a movimentação dos produtores das feiras para a organização e idealização da FAE foi um processo que demandou um tempo que ocorreu em paralelo a dissolução da Coolméia.

oportunamente. A feira da Coolméia tornou-se um marco na luta por uma alimentação mais saudável e por uma mudança na relação entre consumidores urbanos e produtores rurais.

A partir daí, foi se ampliando, ao mesmo tempo em que iniciativas similares foram surgindo. Os produtores ecologistas viram nas feiras uma oportunidade para o escoamento de sua produção, mas também para que o próprio trabalho realizado fosse reconhecido pelos consumidores. Neste sentido, um aspecto crucial é que diferentemente de outras feiras livres, conforme já alertamos, no caso das feiras ecológicas se trata de feirantes que comercializam a própria produção ou de seus colegas, portanto, estes são capazes de assegurar, ainda que seja com base nos laços de confiança, que seu produto é genuinamente orgânico ou ecológico. O depoimento a seguir é de um desses produtores entrevistados na FAE:

Aquilo foi uma injeção de ânimo que a gente recebeu! A feira congregou aquele pessoal que estava querendo começar a produzir, mas não tinha muita coisa concreta acontecendo. A feira foi uma coisa concreta que aconteceu [...]. A feira em 1989 surgiu como sendo o caminho. Esta grande porta que se abriu. Já na primeira vez a gente ficou muito satisfeito com a venda. Mas principalmente, a nossa satisfação, foi por causa da receptividade, a acolhida que nós recebemos pelos porto-alegrenses, pelos consumidores né? A gente sentiu que eles queriam muito a feira (relato P.L.³⁹)

No começo do novo milênio a cooperativa Coolméia passou por vários problemas financeiros e desentendimentos internos que acabaram culminando no seu fechamento. Os agricultores já estavam insatisfeitos com algumas questões da cooperativa quanto ao repasse e distribuição da verba por ela arrecadada, mas havia uma forte vontade de manter a unidade e a organização que haviam acumulado ao longo do tempo. A principal preocupação dos produtores era que se mantivesse uma unidade, entendendo que se todos pertencessem a uma mesma associação, fato que fortaleceria a feira, favorecendo a importância do coletivo em lugar de interesses individuais. Desta forma, os produtores da primeira quadra da José Bonifácio se reuniram para criar a Associação Agroecológica, instituição jurídica responsável pelos agricultores desta feira, a qual passou, a partir de então, a ser conhecida como a FAE – Feira dos Agricultores Ecologistas.

³⁹Relato colhido, em 11 de outubro de 2014, na feira da FAE.

3.2 A Feira Ecológica do Bom Fim

No início dos anos 1980, um pequeno grupo de apicultores gaúchos, pertencentes à Associação Gaúcha de Apicultores (AGA), pleiteava, junto à prefeitura de Porto Alegre, um espaço próprio no Parque da redenção (Bairro Bom Fim), para comercializar os seus produtos (Fig. 07). Estes apicultores encontravam dificuldades na comercialização de sua produção, ainda pouco conhecida e valorizada pelos consumidores. Esta iniciativa da AGA ficou conhecida como a Feira do Mel, a qual posteriormente passou a ser chamada feira da segunda quadra da Av. José Bonifácio.



Figura 07: A Feira do mel, em 1985.

Fonte: Acervo particular do Sr. Marcelo Giffhorn, concedido à autora (2015).

Durante a fase exploratória dessa pesquisa, tivemos acesso a informações, prestadas por um produtor ligado à AGA, que dão conta do processo que motivou a divisão da Feira da Coolméia, atual Feira de Agricultores Ecologistas (FAE), em duas feiras distintas. Posteriormente ambas foram regularizadas pela Secretaria Municipal de Produção, Indústria e Comércio (SMIC). Sem estas informações fica difícil entender, com maior clareza, a divisão de duas feiras na mesma rua, as quais estão atualmente separadas apenas por uma quadra, com identidades jurídicas diferentes, ainda que as finalidades sejam as mesmas. Na nossa busca bibliográfica e documental por dados e informações acerca destas duas feiras, encontramos, junto a SMIC, apenas registros sobre a Feira da Coolméia. Nesse sentido, a

elucidação das diferenças e da trajetória de formação da Feira Ecológica do Bom Fim só foi possível graças ao relato deste interlocutor (Fig. 08).



Figura 08: Marcelo Guiffhorn – Apiários Adams, membro da AGA.

Fonte: Acervo da autora (2015).

O fato é que a Feira do Mel iniciou suas atividades junto com a iniciativa da Tupambaé, colocando seus produtos inicialmente em parceria com estes, sendo uma banca dos produtores ecologistas e uma banca dos produtores da AGA. Estas feiras permaneceram juntas até os primeiros tempos da feira da Coolméia, em 1989. Mas, no decorrer do tempo as duas entidades entraram em desacordo. O principal motivo do desentendimento foi quanto ao percentual cobrado pela Cooperativa para a administração da feira. Os produtores da AGA não concordavam com este percentual por entenderem que o pagamento não revertia em benefícios e manutenção da feira como estava previsto no estatuto da Cooperativa.

A partir da separação, a Feira do Mel se deslocou para a segunda quadra da Av. José Bonifácio, no bairro Bom Fim, e desde então, as duas feiras passaram a funcionar nos mesmos dias, mas em espaços separados. Some-se a isso o fato de que alguns produtores que não se sentiam confortáveis com as regras da feira da Coolméia e outros que não tinham mais espaço na primeira quadra se integraram à Feira do Mel, passando a comercializar também, neste espaço, além do mel, a produção ecológica de seus estabelecimentos. Nela ingressaram posteriormente

alguns produtores vinculados à Cooperativa Ecológica Arco-íris⁴⁰, Cooperativa Ecocitrus⁴¹ e outros agricultores.

A separação das duas feiras na mesma rua não ocorreu sem tensões e ainda hoje, após mais de 20 anos, existem alguns conflitos. Vale acrescentar que a feira da segunda quadra nunca teve uma unidade e organização similares ou equivalentes aos da Feira da Coolméia e da atual FAE. Por conta disto, em sua fase inicial, ingressaram na atual Feira do Bom Fim (segunda quadra) algumas pessoas que não estavam plenamente comprometidas com a produção ecológica. Este fato era motivo de atrito com o grupo da feira da primeira quadra que mostrava descrédito e desconfiança em relação aos produtores da feira da segunda quadra. No limite, manifestavam temor de que a falta de rigor na forma de cultivo ecológico entre os produtores da feira da segunda quadra, pudesse colocar em tela de suspeição, na perspectiva dos consumidores, os reais compromisso com a agroecologia.

Por outro lado, havia outros pontos de divergência. Boa parte dos produtores da feira da segunda quadra (Feira do Bom Fim) não estava devidamente cadastrada no Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) como assim determina a legislação para comercializar produtos dessa natureza. A lei brasileira de orgânicos dispensa a certificação e etiquetagem dos produtos no caso da venda direta aos consumidores (ver Box nº 01). Todavia, os produtores devem estar vinculados a uma associação e devidamente cadastrados no MAPA.

Apenas uma placa de “Bem vindos a FAE” separa a feira da primeira quadra (FAE) e a feira da segunda quadra (Feira do Bom Fim). Veja a Figura 09, onde se exhibe o limite entre as feiras. Todavia, poucos consumidores são sabedores das diferenças entre ambas, assim como dos eventuais desencontros entre os produtores vinculados a estas duas feiras de Porto Alegre.

⁴⁰ A Cooperativa Ecológica Arco Iris foi criada em 1994 e conta, atualmente, com cerca de 60 associados.

⁴¹ A Cooperativa dos Citricultores Ecológicos do vale do Cai (Ecocitrus) foi fundada em 1994 em Montenegro, RS. Conta atualmente com mais de 100 associados e tem uma forte orientação comercial e empresarial. Possui uma sede administrativa e três unidades operacionais, incluindo a indústria de sucos e óleos essenciais orgânicos, usina de compostagem e uma usina de biogás.

BOX Nº 01: A certificação de produtos orgânicos no Brasil⁴²

Segundo indica o estudo de Caldas (2011, p. 77; destaques no original), o Brasil “conta atualmente com um conjunto de instrumentos jurídicos que dispõem sobre o processo de certificação de produtos orgânicos. Nesse sentido, o principal marco regulador corresponde ao Decreto nº 6.323 de 27/12/2007, o qual estabelece uma série de aspectos e normativas que merecem ser aqui destacados. Essa legislação se estrutura em torno à criação do chamado «Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica» (SisOrg), gerido pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), integrado por órgãos e entidades da administração pública federal e pelos organismos de avaliação de conformidade, prevendo duas grandes modalidades de certificação, quais sejam, a certificação por auditoria e os Sistemas Participativos de Garantia”.

Ainda, segundo a mesma fonte, tem-se, ainda, a modalidade de venda direta, onde se inclui precisamente o caso das feiras de produtos orgânicos ou ecológicos, bem como o caso dos mercados institucionais, onde a produção é entregue diretamente ao público beneficiário dos programas sociais. A primeira modalidade de certificação, também chamada de convencional, ocorre por meio da atuação de “Organismos de Avaliação da Conformidade” (OAC), também chamados de órgãos certificadores ou simplesmente certificadoras. É a clássica modalidade de certificação por auditoria, sendo que o Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (INMETRO) é o órgão responsável pela acreditação dos OACs. Como refere Caldas (2011, p.78), “Somente depois disso é que estes poderão credenciar-se junto ao MAPA para desempenharem suas funções como certificadoras de produtos orgânicos”

A segunda modalidade corresponde ao “Sistema Participativo de Garantia da Qualidade Orgânica” ou simplesmente SPG. Ainda segundo Caldas (2011, p.78), esta modalidade de certificação “*está ancorada nos princípios da auto-regulação, associativismo e participação*”. No Inciso XVI do Decreto nº 6.323, os SPG são definidos como sendo um “[...] conjunto de atividades desenvolvidas em determinada estrutura organizativa, visando assegurar a garantia de que um produto, processo ou serviço atende a regulamentos ou normas específicas e que foi submetido a uma avaliação da conformidade de forma participativa”. (BRASIL, 2007, p.2, apud CALDAS, 2011, p.78).

O terceiro modelo previsto no marco brasileiro é a modalidade de “venda direta”, forma que dispensa a certificação e etiquetagem dos produtos. Todavia, os produtores devem estar cadastrados no MAPA, bem como estar vinculados a um “Organismo de Controle Social” (OCS), quais sejam, cooperativas ou associações autorizadas pelo MAPA. Desse modo os agricultores podem comercializar seus produtos com o adjetivo orgânico em canais de comercialização regidos por relações face a face, como é precisamente o caso das feiras livres ecológicas de Porto Alegre. Os selos ou etiquetas que identificam o produto orgânico, nas duas modalidades de certificação, são apresentados abaixo:



⁴² Informações mais detalhadas sobre o tema podem ser obtidas em Caldas (2013).



Figura 09: O limite da Feira Ecológica do Bom Fim e a faixa de “Bem vindo a FAE”

Fonte: Acervo da autora (2015).

A FAE é regida atualmente pelo Regulamento Interno da Associação Agroecológica que, em seu Artigo 1º, estabelece:

Art. 1º - A Feira dos Agricultores Ecologistas, doravante denominada FAE, será regida pelo Regimento Interno da Associação Agroecológica e regulada em sua atividade e auto-gestão pelas normas do presente regulamento.

§ 1º Participarão da FAE os produtores e processadores que praticam produção orgânica, definidos pelos artigos Nº... do estatuto da Associação Agroecológica e de seu respectivo Regimento interno nos artigos Nº [...]

A Associação Agroecológica é a entidade jurídica que representa produtores e os responsáveis pelo funcionamento das feiras. É a associação que define as regras e disciplina a atuação dos associados. Cabe ressaltar que todos os feirantes da FAE estão vinculados à Associação Agroecológica. Além disso, conforme § 2º do Art. 1º:

§ 2º - Por solicitação dos feirantes e/ou interessados, produtores terceiros poderão participar da feira como convidados não associados, após a visita da Comissão de Avaliação de Conformidade Orgânica da Associação Agroecológica seguida pela respectiva apreciação da mesma, bem como da Comissão de Feirantes e do Grupo de Feirantes. Caso haja interesse o visitante poderá ter um período de experiência como feirante e se for decidido pela sua permanência na FAE, ele deverá ser encaminhado para o processo de associação conforme o Estatuto da Associação Agroecológica.

A questão da avaliação da conformidade, ou seja, de respeito às normativas que disciplinam a produção e comercialização desta classe de produtos é um aspecto crucial do ponto de vista da garantia e da confiança depositada pelos consumidores.

3.3 A Feira do Menino Deus

A feira ecológica do Menino Deus faz parte do universo empírico da pesquisa. Trata-se de uma das feiras mais importantes de Porto Alegre, que surgiu da necessidade de consumidores que almejavam dispor de mais uma feira, em diferentes dias da semana, mas também da vontade dos produtores de encontrar um espaço mais amplo que, até então, era muito reduzido na feira do Bom Fim.

Esta feira foi organizada para funcionar, como ocorre até hoje, na Avenida Getúlio Vargas, mais especificamente, no pátio da Secretaria Estadual da Agricultura. A Figura 10 traz a imagem do cartaz de indicação para acesso ao Pavilhão da Feira, demonstrado à direita na figura.



Figura 10: Indicação de acesso e fachada da Feira Ecológica Menino Deus.

Fonte: Feira da Cultura Ecológica Menino Deus – Página Facebook (2016).

Na Figura 11 é possível perceber o mapa da disposição atual das bancas nesta feira. A feira foi, então, criada em 1994, período em que ainda existia a Coolméia. Esta foi responsável pela criação da Feira da Cultura Ecológica (FCE), também conhecida como Feira Coolméia do Menino Deus. Além da venda de hortifrutigranjeiros de caráter ecológico, há ainda um espaço de fomento à cultura ecológica e de temas afins ligados à ecologia e à educação.

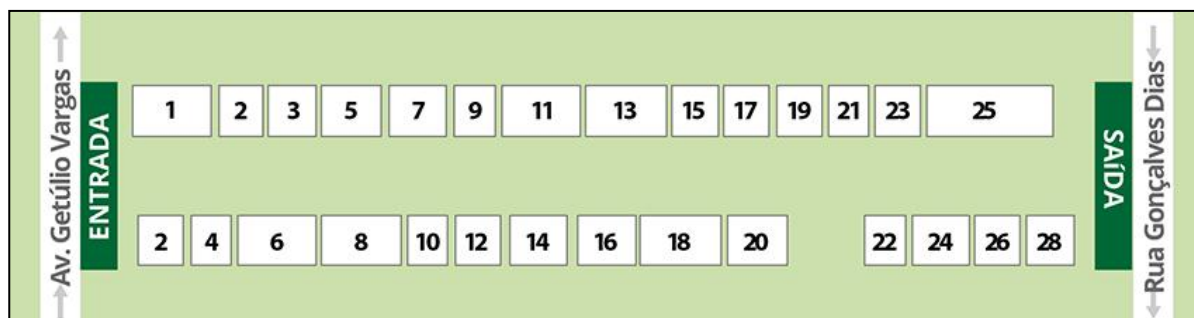


Figura 11: Mapa da Feira da Cultura Ecológica do Menino Deus aos sábados

Fonte: SOUVEGETARIANO (2016).

Em 1999, devido ao sucesso da feira da Cultura Ecológica (FCE), aos sábados, e a demanda crescente de novos agricultores ecologistas, foi criada, também por conta do apoio da Coolméia, a Feira Cultural da Biodiversidade (FCB), a qual funciona também no pátio da Secretaria Estadual da Agricultura (Av. Getúlio Vargas), nas quartas feiras à tarde, das 13 às 19 horas. A Figura 12 representa a disposição e número de bancas da feira Cultural da Biodiversidade às quartas feiras.

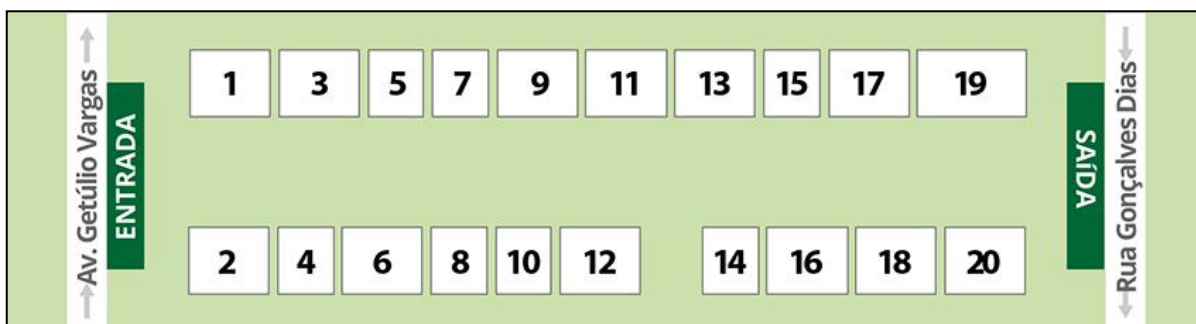


Figura 12: Mapa da Feira Cultural da Biodiversidade do Menino Deus às Quartas feiras.

Fonte: SOUVEGETARIANO (2016)

Como vimos anteriormente, a Cooperativa Coolméia dissolveu-se e o espaço que ela deixou foi ocupado pela Associação Agroecológica, órgão que assumiu a gestão das duas feiras. Os produtores associados à FAE relatam que por alguns anos “apadrinharam” a feira do Menino Deus, prestando assistência e respaldo da Associação Agroecológica, até que tivessem força suficiente de caminhar pelas próprias pernas. Na Figura 13, que representa o excerto extraído do Folder do 21º

aniversário da feira FAE, podemos perceber a relação entre as feiras FAE e as feiras do Menino Deus com a Associação agroecológica.



Figura13: Organização da Feira

Fonte: Acervo da autora (2015).

Atualmente estas feiras ocorrem duas vezes por semana, nas quartas feiras à tarde e aos sábados pela manhã. Possuem um espaço cultural similar ao que existe no interior da feira da FAE, havendo, igualmente, uma intensa participação de consumidores. Segundo, o relato dos produtores da FAE, as feiras do Menino Deus “já conseguem andar sozinhas e estão fazendo um trabalho muito bonito” (P.L.⁴³).

3.4 As Feiras Ecológicas de Porto Alegre no contexto atual

Segundo Garcia (2004), a feira ecológica do Bom Fim atrai, aos sábados, até 15 mil pessoas. Cerca de 400 famílias de agricultores trazem seus produtos diretamente para vender na feira, sendo que outras duas mil famílias o fazem indiretamente. Os produtores são oriundos da região metropolitana de Porto Alegre

⁴³Relato colhido, em 11 de outubro de 2014, na feira da FAE.

e de cidades próximas até um raio de 250 km da capital. A Cooperativa Coolméia sempre foi pioneira em suas ações. Foi através dela que foi sendo forjada uma consciência acerca da necessidade de construir uma proposta “alternativa” à certificação convencional (por auditoria), propondo uma certificação participativa pelo processo de Geração de Credibilidade. A cooperativa Coolméia chegou a se credenciar como certificadora, mas não atuou diante dos problemas aludidos anteriormente.

Embora, as associações e cooperativas vinculadas às feiras do Bom Fim e do Menino Deus sigam a legislação e as regras vigentes quanto ao cadastramento como produtores junto ao Ministério da Agricultura, bem como no que toca à documentação e regulamentação exigidas pela Prefeitura de Porto Alegre, permanece entre eles o sistema de controle e visitas aos produtores, atividade esta levada a cabo por uma comissão técnica composta por feirantes, algum técnico ou agrônomo e, às vezes, algum representante dos consumidores para a aprovação ou não do candidato à condição de feirante nesse espaço de comercialização.

Mas há outro aspecto a ser frisado. Para que uma feira agroecológica receba atualmente a permissão da prefeitura, através da Secretaria Municipal de Indústria e Comércio (SMIC), para comercializar produtos desta ordem, é necessário que os agricultores estejam devidamente cadastrados junto ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). Devem estar individualmente filiados a alguma associação ou cooperativa de agricultores que se responsabiliza no caso dele não possuir a certificação por alguma empresa privada. O funcionamento destas associações e cooperativas está previsto na lei na condição de “Organizações de Controle Social” (OCS), as quais “permitem aos agricultores familiares comercializar seus produtos sem certificação quando esse processo ocorre por meio de venda direta aos consumidores” (NIEDERLE e ALMEIDA 2014, p. 45). A questão da certificação de orgânicos foi tratada no Box nº 01.

Os produtos comercializados nas feiras ecológicas de Porto Alegre possuem os três regimes de avaliação da conformidade orgânica. Nesse sentido, encontramos lá produtores de hortifrutigranjeiros que obedecem ao sistema de Organizações de Controle Social (OCS), através das cooperativas a que são vinculados bem como de produtores de pequenas agroindústrias para a venda direta. Todavia, há também produtores cujos produtos são comercializados pela via da certificação convencional ou certificadoras por terceira parte, como é o caso do

IBD⁴⁴ ou Ecocert⁴⁵. Mas há também os que estão vinculados aos sistemas participativos de garantia, com certificação pela Rede Ecovida de Agroecologia.

A SMIC informa em seu site que os agricultores que trabalham nestas feiras estão sendo qualificados para atender as exigências sanitárias. Os produtos beneficiados precisam estar em conformidade com as normas do Serviço de Inspeção Municipal de produtos de origem vegetal (SIM Vegetal). As feiras ecológicas de Porto Alegre estão atualmente participando do processo de qualificação do SIM Vegetal, mas ainda não possuem o selo municipal.

A SMIC como órgão responsável pelas feiras de Porto Alegre, através da Resolução nº 03/12, de 26 de dezembro de 2012, disciplina e regula a atuação das feiras ecológicas de Porto Alegre através da criação do Conselho das Feiras Ecológicas. No artigo 3º desta resolução fica estabelecido que para acontecer uma feira ecológica em Porto Alegre, é necessário que tenha a aprovação de diversos órgãos do município e do Conselho das Feiras Ecológicas

Art. 3º - As FE acontecerão em espaços públicos a serem definidos em conjunto entre a Secretaria Municipal de Produção, Indústria e Comércio – SMIC, Secretaria Municipal de Saúde – SMS, Secretaria Municipal de Meio Ambiente – SMAM e Empresa Pública de Transporte e Circulação – EPTC, ouvidas as OSC (associações, cooperativas e grupos de agricultores), através do Conselho das Feiras Ecológicas.

A formação do Conselho de feiras consta no § 2º do Art. 8º nos seguintes termos:

§ 2º - O Conselho de Feiras será formado por:

- a)** Representantes feirantes, na proporção de 1(um) a cada (10) Alvarás de autorização, assegurada a participação pelo menos 1 (um) representante por UFE, quando houverem menos de 10 (dez) Alvarás de autorização. Os representantes serão indicados por eleição direta, devidamente registrada em ata e cumpridas as demais formalidades legais. A primeira eleição será organizada e coordenada pela SMIC em cada UFE em até 90 dias após a publicação desta Resolução, sendo que as eleições que se sucederem serão coordenadas e organizadas pelo Conselho de Feiras;
- b)** 01 representante (titular e suplente), por UFE, dos consumidores organizados com aprovação dos feirantes em reunião da Feira;

⁴⁴IBD – Certificadora (OAC). Instituída em 1991, inicialmente ligada ao Instituto Biodinâmico de desenvolvimento rural, desmembrou-se posteriormente, exercendo hoje apenas as atividades de empresa privada de certificação. Tem credibilidade internacional e é monitorada por instituições internacionais como a INFOAM (*International Federation of Organic Agriculture Moviments*) da Inglaterra, Demeter e DAS da Alemanha, USDA dos Estados Unidos e JAS do Japão.

⁴⁵Ecocert – Certificadora (OAC) de origem francesa. Chegou ao Brasil em 2001 como associação e transforma-se em 2005 em uma empresa privada.

- c) 01 representante (titular e suplente) da Comissão de Produção Orgânica do Estado do Rio Grande do Sul – CPOrg/RS, desde que, não tenha sido designado numa das demais representações constantes neste artigo;
- d) 01 representante (titular e suplente), da Secretaria Estadual do Desenvolvimento Rural, Pesca e Cooperativismo – SDR/RS;
- e) 01 representante (titular e suplente), da Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio – SMIC;
- f) 01 representante (titular e suplente) da Secretaria Municipal da Saúde – SMS;
- g) 01 representante (titular e suplente) da EMATER/RS;
- h) 01 representante (titular e suplente) de uma organização não governamental ONG com afinidade com os objetivos e princípios das FE, convidada e aprovada pelo Conselho de Feiras.

A partir da criação do Conselho importantes avanços foram conquistados através das reuniões e trabalho em conjunto dos diversos representantes para o desenvolvimento das Feiras ecológicas de Porto Alegre. As reuniões do Conselho de feiras ocorrem normalmente, uma vez por mês. Durante esta pesquisa tivemos a oportunidade de participar de uma reunião e também obtivemos importantes relatos dos representantes dos consumidores das feiras em estudo sobre o Conselho das Feiras.

Os representantes dos consumidores das feiras ecológicas foram devidamente indicados pelas comissões de feira e cadastrados no Conselho de Feiras. Porém, o que pudemos constatar na observação e nos relatos dos entrevistados, é que nem todos os representantes de consumidores das feiras de Porto Alegre são atuantes junto às feiras e no próprio Conselho de Feiras. Porém, os representantes das feiras da FAE e das Feiras do Menino Deus de sábado e quarta feira, que foram entrevistados, são muito atuantes e engajados.

Estes representantes entrevistados relatam suas impressões sobre o Conselho de Feiras e a arena de conflitos que inicialmente marcou suas reuniões por conta de atritos das formações antigas das feiras da FAE e da feira Ecológica do Bom Fim, na segunda quadra, principalmente no que tange a conformidade e rigor ecológico na produção, conforme aludido anteriormente.

Por outro lado, é consenso entre os representantes dos consumidores, a importância do papel do Conselho das Feiras, na regulação das feiras e no respaldo que propicia aos produtores e a causa do fomento de Feiras ecológicas para escoamento dos produtos ecológicos em Porto Alegre.

Então essa impressão que a gente teve do Conselho de Feiras hoje é outra totalmente diferente. Se fosse o ano passado, hoje eu nem tava mais no Conselho de Feiras. Mas hoje, por conhecer melhor o pessoal tanto da SMIC quanto da Emater quanto entes públicos que tão envolvidos... Inclusive a circunstância dessa briguinha de “madame, de comadre”, e mais umas outras coisinhas, então são coisas bem diferentes, que tão acontecendo num universo alheio a isso, né, que é o Conselho de Feiras, que é importantíssimo pra Porto Alegre.[...]Mas hoje existe, pelo menos pra nós, a gente tem um foco de visão bem mais construtivo, e era assim que deveria ser desde o início.(FR Representante dos consumidores da FAE; grifos nossos)

Esse conselho, na verdade, assim oh, e... ele iniciou por... por... Iniciativa de, de algumas pessoas, né, que tiveram, que vendo o crescimento das feiras ecológicas, eles entenderam que seria necessário uma regulamentação, né, pra que a coisa não ficasse no oba oba. E dentre eles, foi o... a presença de representantes da Emater, principalmente, né. Eu tinha uma visão distorcida da Emater, depois que eu comecei a ver que efetivamente eles têm um trabalho muito importante. E... Então a Emater, juntamente com a SMIC, com produtores, né, eles começaram a formalizar uma, um documento que acabou se transformando nessa resolução, estabelecendo regras das feiras ecológicas, do funcionamento das feiras ecológicas. (ER Representante dos consumidores da Feira da Cultura Ecológica do Menino Deus – sábado).

Nas reuniões do conselho de Feiras é apresentado aos participantes, por exemplo, locais possíveis para a criação de novas Unidades de Feiras para a opinião da viabilidade ou não destes locais e todos os atores são ouvidos. Os consumidores percebem que suas opiniões têm peso e sentem-se ouvidos pelo Conselho conforme vemos no relato.

O consumidor tem um peso muito forte. Porque assim oh, a, o, como o consumidor ele, eu vou te dar um exemplo do peso do consumidor dentro do conselho. Eu tava te falando (anteriormente) do arroz, que o arroz branco, no Bom Fim, não podia, e eu levantei essa questão, eu disse não, eu sou consumidor, e eu quero, se aquele produto é ecológico, a produção dele é toda ecológica, pode ser vendido. Não é o fato que é um arroz branco, um açúcar branco que não pode ser vendido, que não é ecológico. Ali é uma feira ecológica, e os produtos devem ser ecológicos. Se é ecológico, pode ser vendido. Então, existia dentro de uma associação ali, uma regra de que não se podia, que não. Ficou determinado que pode. Então isso, isto junto, até a Fabi me deu muito apoio nessa questão, isso forçou. E o consumidor lá dentro consegue. Isso é a força do consumidor. (ER Representante dos consumidores da Feira da Cultura Ecológica do Menino Deus – sábado).

Segundo relatos, a participação efetiva e engajada dos consumidores surpreendeu o Conselho de Feiras e fez com que o Conselho abrisse mais o diálogo, incorporando mais seriamente as opiniões e sugestões dos consumidores nas resoluções que são construídas nas reuniões.

Elas são muito importantes, eles disseram que trouxe na verdade... eles não podiam imaginar o engajamento e o interesse tão grande dos consumidores nessas reuniões. Porque são reuniões mensais, tem eventualmente reuniões que são duas vezes por mês, reuniões um turno todo assim, as vezes com algumas tarefas que a gente tem que levar pra casa e eles ficaram muito surpresos e contentes a própria SMIC, o Ministério da agricultura, os próprios agricultores desse interesse do engajamento dos consumidores. Isso foi uma coisa nova que antes nunca realmente... como parte efetiva representante dos consumidores não entravam na linha... não entravam... na verdade era as cooperativas, os agricultores, as certificadoras, as associações. [...]Isso sim, agora a gente tem na verdade um regimento do Conselho de Feiras e uma resolução que é fruto de um grupo de trabalho que se encontrava já há mais tempo, que regulariza, normatiza as feiras. Os consumidores eles tavam já como pessoas engajadas, mas na verdade, por exemplo, alguns consumidores que eram engajados acabavam entrando, sendo membros de alguma associação, ou eles estavam vinculados a certificadora, então eles acabavam se engajando em algum órgão. Mas, como consumidor, uma entidade digamos de consumidores isso é novo. (FG Representante dos consumidores da Feira Cultural da Biodiversidade do Menino Deus – quartas feiras)

O que se pode perceber nos relatos é que o estado como regulador, inova ao possibilitar, através do Conselho⁴⁶, que os diferentes atores construam junto o andamento e desenvolvimento das feiras. Com esta forma de gestão, o consumidor percebe a possibilidade de exercer sua cidadania e atuar efetivamente na construção de seus ideais. Estes acontecimentos vão ao encontro do que Portilho (2005) alude como a possibilidade de formação de “consumidores-sujeitos-cidadãos” que através de sua atuação podem estar contribuindo para a aproximação das esferas públicas e privadas.

A SMIC é responsável por seis feiras ecológicas hoje em Porto Alegre. São elas: a Feira da FAE – 1ª quadra da av. José Bonifácio; a Feira Ecológica do Bom Fim – 2ª quadra da av. José Bonifácio; A feira da Cultura Ecológica do menino Deus aos sábados; a Feira Cultural da Biodiversidade do Menino Deus as quartas feiras à tarde; a feira da Tristeza; a Feira das Três figueiras; a Feira de Petrópolis. Estas três últimas são bem menores que as feiras abordadas na presente pesquisa, mas estão consolidadas junto às comunidades onde estão localizadas.

Existem outras iniciativas de feiras pequenas nas universidades, em alguns órgãos públicos e em espaços holísticos privados que não são mencionados pela SMIC, mas que foram mencionados pelos consumidores como existentes.

⁴⁶ No Anexo A pode-se visualizar a listagem dos eleitos como representantes das feiras junto ao Conselho de Feiras.

No site do IDEC encontramos menção a oito feiras distribuídas na cidade de Porto Alegre. Já no site Teia orgânica podemos encontrar 13 feiras orgânicas distribuídas pela cidade. A mais antiga é a feira da FAE, seguida da feira Ecológica do Bom Fim – Quadra 2 (ambas na Av. José Bonifácio). As feiras do Bom Fim (FAE e Feira Ecológica do Bom Fim 2ª quadra), por sua localização e pioneirismo, abrigam uma característica que se destaca da maioria das outras feiras ecológicas de Porto Alegre. Desde a sua fundação em 1989, o local da feira não é somente um espaço de compra e venda de produtos orgânicos, mas sim, e principalmente, um palco de conscientização, de lutas, de defesa e divulgação de ideais e iniciativas diversas para uma vida sustentável. No espaço da feira existe a banca de livros, onde constam obras e materiais impressos que abordam temas como construções alternativas, educação ambiental, culinária vegetariana, vegana dentre outros assuntos (Fig. 14). Há sempre um espaço reservado à divulgação de algum evento, iniciativa, ou alguma campanha relacionada ao desenvolvimento sustentável, denominada pelos produtores associados como a “Banca do Meio” ou a Banca Cultural. Este espaço é reservado para trabalhos culturais e de consciência ecológica, sendo também utilizado por entidades como a AGAPAN e a INGA⁴⁷, para divulgar ações congêneres.



Figura 14: Banca dos livros

Fonte:Acervo da autora (2015).

Atualmente, a feira da FAE possui 45 bancas de agricultores associados, distribuídas conforme ilustra a Figura 15. São em torno de 200 famílias de produtores envolvidas com a feira de sábado. Antes de iniciar a feira, às 7 horas da

⁴⁷INGA – Instituto Gaúcho de Estudos Ambientais.

manhã, o grupo faz uma reunião onde os feirantes trazem relatos de participações de eventos, encontros de produtores, seminários ou exposições. Também neste encontro da manhã são apresentadas reivindicações e solicitações quanto ao andamento da feira.



Figura 15: Mapa da Feira dos Agricultores Ecologistas – FAE.

Fonte: SOUVEGETARIANO (2016).

O ritual desta feira começa já na madrugada, quando chegam ao local os produtores de diversas localidades do RS. Alguns produtores vêm com seus caminhões ou automóveis próprios, enquanto outros vêm em ônibus fretado que levam os produtores e seus produtos, fazendo uma rota entre as diversas feiras que ocorrem no sábado pela manhã. Desta forma o ônibus deixa alguns produtores na feira do Bonfim, outros na feira do Menino Deus e outros ainda na feira da Tristeza na região sul de Porto Alegre. Ao término das feiras, passa novamente em todos os locais para apanhá-los. Por volta das seis da manhã os produtores organizam suas bancas com suas mercadorias, conforme mostrou a Figura 15. As feiras do Bom Fim, de uma maneira geral, possuem uma diversidade muito grande de produtos. Existem várias bancas que vendem diversos tipos de hortifrutigranjeiros que contemplam a diversidade das regiões representadas naquela feira. Além disso, há uma banca com caldo de cana a ser consumido no local ou levado em garrafas para casa. Assim também, na estação dos cítricos tem a banca que vende suco de laranja feito na hora para consumo das pessoas. Há, ainda, uma banca de chás e temperos diversos, outra dedicada à venda de cosméticos naturais, orgânicos, e diversas bancas de produtos oriundos da agroindústria familiar, incluindo massas, sucos, geleias, biscoitos, pães, iogurtes.

Existe apenas uma banca que comercializa produtos que não são dos produtores da feira. Trata-se do “bolicho”, que funciona desde o início da feira Coolmeia, comercializando produtos agroecológicos que não são elaborados ou produzidos por feirantes desta feira. Este é o caso de chocolate orgânico, açúcar, farinhas, café, e outros da agroindústria ecológica.

Esta feira possui uma organização operacional única em relação as demais feiras. Ela possui a Comissão da FAE composta por quatro membros, produtores feirantes, que são escolhidos entre eles. Existe um rodízio onde todo o ano são renovados dois dos quatro membros. Esta formação da comissão não é única e existe na resolução Nº 03/12, de 26 de dezembro de 2012, da SMIC, que regula as feiras e cria o Conselho de Feiras, a indicação que as comissões sejam criadas em cada feira. O que difere é a forma de atuação da comissão, ou o rigor da atuação. A FAE por já prever esta formação de comissões no seu regulamento interno, e em suas práticas desde a Coolméia, tem os encontros regularmente a cada 15 dias e efetivamente discutem e deliberam constantemente de forma muito organizada.

Fora a comissão existe o responsável operacional que é contratado pela associação Agroecológica e a responsável pela comunicação e eventos da feira, também contratada para trabalhar para a FAE. O responsável operacional é quem recolhe as contribuições dos associados da feira, encaminha papeis, organiza e participa das reuniões que houver e executa as tarefas acordadas pela comissão nas reuniões. A responsável pela comunicação e eventos executa e organiza as palestras, apresentações, e eventos que houver no espaço da feira, após aprovado pela comissão responsável, além de servir de elo entre os consumidores e produtores. É através dela que chegam as sugestões dos consumidores, as reclamações ou pedidos de espaço para divulgação, exposição e demais situações.

A responsável pela comunicação encontra-se normalmente na “banca do meio” como é conhecida entre os produtores. Esta é a banca Institucional da FAE, também denominada Banca Cultural e banca dos achados e perdidos. É lá que normalmente ocorrem os eventos com temática ambiental, degustação e divulgação de produtos oferecidos na feira enfatizando suas propriedades nutricionais, bem como a distribuição de material impresso. É ela, também, que organiza o mural da feira (Fig.16).



Figura 16: Banca do meio – Achados e perdidos.

Fonte: Acervo da autora (2015).

Esta comissão da FAE se reúne a cada quinze dias junto com o contratado operacional e a responsável pela divulgação. No decorrer do período de campo tivemos oportunidade de participar, como convidados de quatro destas reuniões. Nestas reuniões são discutidos os problemas na feira, tensões ou desacordos entre algum membro, sugestões e reclamações de consumidores são levadas pela comunicação para a comissão deliberar. É a comissão que decide também sobre as sugestões de apresentações, organização de festas e comemoração do aniversário da feira, trazidos pelo setor da comunicação. As deliberações desta comissão são informadas ao grande grupo na próxima reunião de abertura (às 7 horas da manhã).

Cabe ressaltar que normalmente a comissão convida os representantes dos consumidores para participarem das reuniões da comissão, pois apesar de os consumidores não deliberarem sobre as decisões, os feirantes gostam de contar com sua opinião. Conforme relata o representante, não raras vezes, a comissão procura os representantes durante a feira reafirmando a importância de sua participação nas reuniões.

A gente é convidado. Inclusive quando a gente não vai eles mandam nos chamar. Qualquer situação meio indigesta, as vezes acontece, tem que tá junto. Já houve situações que a gente acompanhou. Isso de certa forma nos incomodou um pouco mas facilitou pra eles. E muitas vezes eles perguntam pra gente, o que a gente acha. A gente dá opiniões. Mas geralmente a gente não fala, que são decisões de cunho interno deles, então a gente só acompanha. Eles hoje discutem qualquer coisa na nossa frente, sem problema nenhum, que no início eles ficavam meio constrangidos (FR Representante dos consumidores da FAE).

Já no caso da Feira Ecológica do Bom Fim, na segunda quadra, existem 59 produtores/feirantes titulares que ocupam 92 espaços pertencentes principalmente à ARCO IRIS, a RAMA⁴⁸ e a AGA. De maneira diferente da FAE esta feira não costuma fazer a reunião de abertura para tratar de demandas do grupo. As reuniões não têm uma periodicidade, ocorrem quando há uma demanda ou necessidade pontual. Em 2015, esta feira teve um projeto aprovado, em parceria com o Governo Federal, de padronização das tendas, iniciativa que permitiu a disponibilização de uma apresentação mais adequada e uniforme na cobertura da feira, dando mais proteção aos produtores e conforto aos consumidores em dias de chuva ou de vento (ver Fig. 17).



Figura 17: Tendas padronizadas da Feira Ecológica do Bom Fim – 2ª Quadra.

Fonte: TEIA ORGÂNICA (2016)

Outra inovação desta feira, em 2015, é a banca do café. Este espaço – com três mesas com cadeiras – disponibilizado para o consumo de um café expresso no local, além da venda de café orgânico (Fig. 18). A feira Ecológica do Bom Fim, na segunda quadra, não possui uma banca para eventos e palestras como a feira da FAE da primeira quadra, mas é frequente encontrarmos algum músico que se apresente em troca de contribuição espontânea (Fig. 19).

⁴⁸RAMA - Associação de Produtores da Rede Agroecológica Metropolitana, compreendendo um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade, que atua na produção e comercialização de produtos agroecológicos através de feiras na região metropolitana. A Rede reúne aproximadamente 80 famílias de agricultores ecológicos de Porto Alegre e Viamão.



Figura 18: Café da 2ª Quadra.

Fonte: Acervo da autora (2015).



Figura 19: Apresentação musical em frente ao café.

Fonte: Acervo da autora (2015).

A Feira ecológica do Bonfim – 2ª quadra possui uma estrutura de distribuição e diversidade de produtos semelhante à feira FAE. Também nesta feira os produtores chegam de madrugada, de ônibus fretado, ou por meio de condução própria. A montagem das bancas e a comercialização são muito similares à feira da FAE. O que apresenta de diverso da primeira quadra é um grande número de bancas de Mel e de derivados dos produtores da AGA. Possuem uma banca que comercializa castanhas do Pará e de Caju oriundas do Norte do País e produzidas organicamente. Possuem uma banca de produtos Veganos como pães, bolos.

Como podemos ver até aqui, as feiras ecológicas de Porto Alegre refletem um movimento geral que afeta a sociedade contemporânea e que se manifesta no modo de aquisição e consumo de alimentos. A presente pesquisa partiu da premissa de que os consumidores que se abastecem nestes espaços de comercialização da capital gaúcha, os quais são singulares do ponto de vista de sua lógica de funcionamento e operação, se identificam com processos de transformação que vão muito além da esfera estrita da compra e venda de produtos diferenciados. Vimos também que a demanda por produtos ecológicos tem fomentado a aparição de novos canais de venda direta, bem como propiciado uma maior organização e regulamentação por parte do Estado (União, estados e municípios) que rege o funcionamento das feiras. A tarefa que nos cabe agora é apresentar e discutir dados e informações coletadas a campo e confrontá-las com as hipóteses apresentadas na parte inicial dessa dissertação.

4. OS CONSUMIDORES DAS FEIRAS ECOLÓGICAS DE PORTO ALEGRE

Retomamos aqui as questões do problema, assim como as hipóteses de pesquisa. A partir da análise de conteúdo das entrevistas transcritas buscamos entender a dinâmica das compras realizadas pelos consumidores das feiras ecológicas de Porto Alegre. A ênfase do estudo recaiu no sentido que estes atribuem ao consumo dos alimentos orgânicos, bem como nos fatores que motivam a compra destes produtos no âmbito estrito das feiras. Outro aspecto de interesse corresponde às relações travadas entre consumidores e produtores em termos de sua identificação com o ideário da sustentabilidade ambiental e com o apoio social a essa forma de produção.

Cabe esclarecer aqui que nossos entrevistados abastecem seus lares de itens de alimentação, mas também em outros canais de comercialização, como supermercados, mercadinhos, mercado público. Procuramos explorar estes aspectos em nosso roteiro (Apendice A) de entrevistas. Nosso recorte contemplou a dinâmica e as motivações de compra de produtos orgânicos nas feiras ecológicas de Porto Alegre, bem como a natureza da relação consumidor-produtor nas feiras ecológicas. Nem por isso deixamos de perceber ou abarcar no roteiro original como este consumidor lida com o abastecimento de sua casa de outros alimentos que não sejam orgânicos ou não se encontrem à venda como alimentos orgânicos. Não podemos esquecer que o consumidor que almeja uma alimentação orgânica esbarra em diversos entraves, pois a produção de orgânicos, por mais diversa que seja, não abarca todos os itens de alimentação. Desta forma obtivemos, nos relatos de nossos entrevistados, tanto a opinião das pessoas que procuram abastecer suas casas

quase que exclusivamente produtos orgânicos (35%), comprando tudo que encontram nas feiras e complementando em armazéns especializados de produtos orgânicos ou supermercado, como também de entrevistados (65%) que se abastecem na feira apenas no que tange às verduras e frutas, deixando o restante de suas necessidades alimentares para ser adquirido em supermercados e em outros canais com produtos convencionais.

Nas próximas sub-seções trazemos à discussão os principais resultados da análise das entrevistas com os consumidores, representantes e produtores das feiras. As sub-seções estão assim distribuídas. No tópico 4.1 apresentamos a composição familiar dos entrevistados, a distribuição profissional, de renda e de instrução da amostra. Já na seção 4.2 analisamos a categoria de memória do rural e analisamos sua influência nos desejos, sabores, e decisões de compra e pertencimento às feiras. Na seção 4.3 através das categorias: alimento limpo, saúde e segurança, discutimos os conceitos de Barbosa (2009) de Medicalização, bem como de Miller (2001) sobre os atributos subjetivos atribuídos à compra de um alimento para os familiares bem como questões de segurança e risco frente aos escândalos alimentares. Na seção 4.4 trazemos a discussão os conceitos de saudabilidade de Barbosa (2009). Já na seção 4.5 discutimos comparando com o estudo de Sacco dos Anjos, Caldas e Godoy (2005), o espaço da feira como um local diferenciado, de trocas, de informações, de formação de estilo de vida, no sentido que Giddens (2012) aborda. Na seção 4.6 discutimos, as comparações que os entrevistados fazem sobre a questão dos preços dos orgânicos da feira e o valor atribuído pelos entrevistados aos produtos ali adquiridos. Finalmente, na seção 4.7 trazemos à análise os conceitos de Consumo Político e Engajamento cívico à luz dos relatos apresentados.

4.1 Universo familiar, ocupação e origem dos entrevistados

Para composição amostral procuramos entrevistar o mesmo número de consumidores nos dois locais de feira observadas. Todavia, alguns consumidores entrevistados possuíam experiência de compra nos dois locais de feira desta pesquisa, o que tornou mais denso e rico os relatos.

O que pudemos observar nas feiras, de uma maneira geral, foi a diversidade de públicos que por ali transitam. Apesar de maior presença de consumidores de mais idade, convivem neste espaço diversas gerações. Desta forma, usando do bom senso e da coerência, tivemos o cuidado de contemplar as diversas faixas etárias economicamente ativas que semanalmente comparecem nas feiras. Através dos dados da Figura 20 é possível perceber a distribuição dos entrevistados que fizeram parte da amostra, sendo que 25% estão na faixa de idade compreendida entre 30 a 35 anos; 15% entre 36 e 44 anos; 30% entre 45 e 54 anos e 30% na faixa entre 55 e 65 anos. Este aspecto é importante diante da necessidade de assegurar uma visão mais diversificada e plural a respeito dos elementos de interesse da pesquisa.

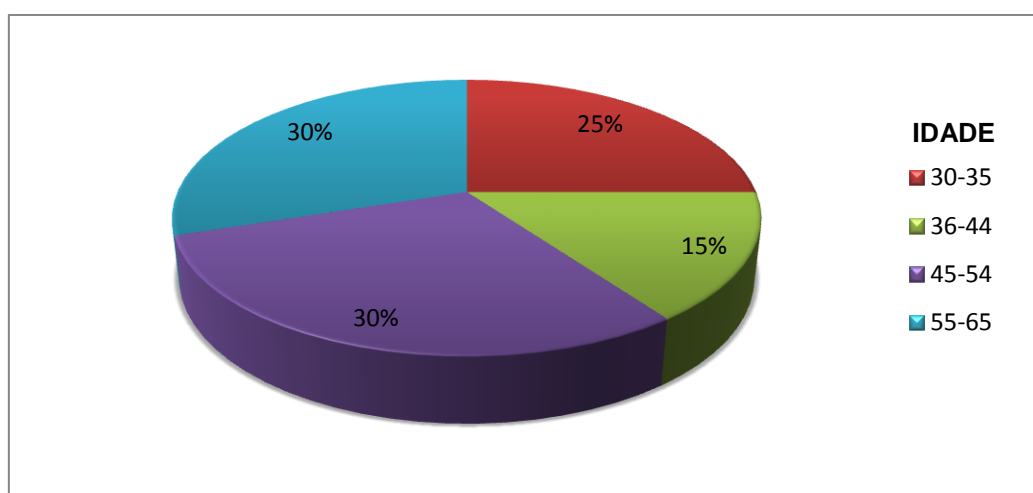


Figura 20: Distribuição dos entrevistados por faixa Etária.

Fonte: Pesquisa de campo (2015).

Outra característica interessante a destacar no ambiente de feira é a diversidade de gênero. Como resultado das mudanças na sociedade, a tarefa de adquirir os produtos na feira decididamente não é mais uma atribuição predominantemente ou exclusivamente feminina. Mas essa mudança de costumes é ainda mais pronunciada no caso das feiras ecológicas de Porto Alegre. Buscamos fazer com que esse aspecto estivesse presente na composição da amostra, razão pela qual 40% da mesma foi formada de homens e 60% de mulheres (ver Figura 21). Vale dizer que em três situações as entrevistas foram realizadas com casais que, na maioria das vezes, realizam juntos as compras. Nestes casos os

entrevistados relatam que nas vezes em que não estão juntos, esta tarefa é realizada tanto por um como pelo outro.

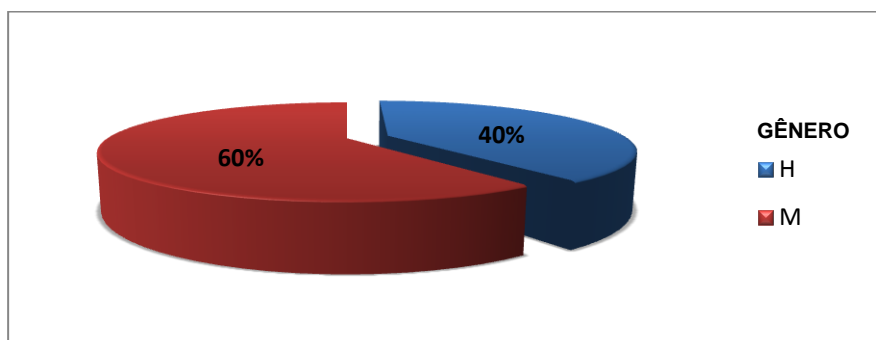


Figura 21: Distribuição dos entrevistados por gênero.

Fonte: Pesquisa de campo (2015).

Em algumas entrevistas, os homens relataram que não abrem mão da tarefa de fazer as compras na feira, deixando para a esposa/companheira as compras complementares em outros locais, incluindo supermercados. Parte desse comportamento, se deve ao fato de que estes homens têm uma relação de proximidade com os produtores e uma identificação clara com a proposta da feira e com os princípios que regem o seu funcionamento (sustentabilidade, ecologia, apoio à agricultura familiar, etc). A feira é também um espaço de sociabilidade e de consolidação de relações.

O perfil dos entrevistados mostrou-se bastante heterogêneo quanto à profissão, situação laboral e composição familiar. Compuseram a amostra: trabalhadores informais, funcionários públicos, trabalhadores da iniciativa privada, profissionais, liberais, aposentados, estudantes e donas de casa. A Figura 22 apresenta as características da amostra do ponto de vista da ocupação principal dos entrevistados. Observa-se que a maior proporção (29%) corresponde a pessoas aposentadas, em segundo lugar de trabalhadores autônomos (17%), donas de casa (12%), profissionais liberais (12%), professores (6%), funcionários públicos (6%), funcionários de empresas (6%).

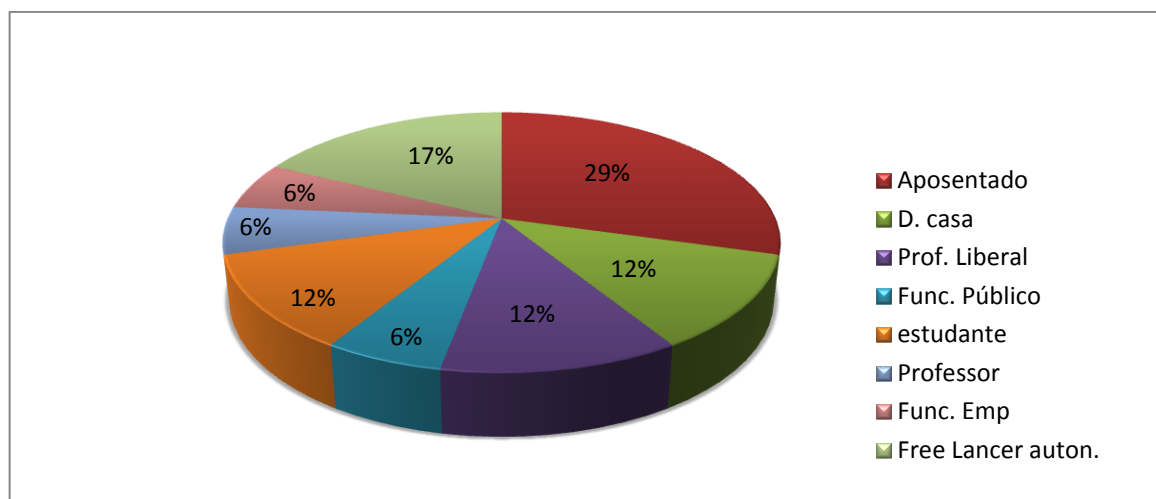


Figura 22: Distribuição dos Entrevistados por ocupação ou atividade profissional.

Fonte: Pesquisa de campo (2015).

Em relação à composição familiar, 75% são formadas por pessoas casadas ou que vivem junto com seus parceiros ou parceiras. Entre os casados ou conviventes em união estável, tem-se os que não possuem filhos (25%), os que possuem os filhos residindo junto (55%) e os demais (20%), que possuem filhos que já não residem mais no domicílio.

Os 25% restantes se dividem entre pessoas solteiras ou separadas que vivem com um ou mais filhos. Esta diversidade na composição familiar mostrou-se importante no relato dos entrevistados, como, por exemplo, no caso dos que têm filhos, os quais relataram que mesmo não morando mais com estes, manifestam a preocupação com uma alimentação diferenciada para garantir a sua saúde. Já entre os que não têm filhos as motivações se dividem entre a saudabilidade do alimento, do engajamento cívico e do consumo político de apoiar a causa da agroecologia⁴⁹.

No quesito escolaridade cabe ressaltar que 70% dos entrevistados possuem formação universitária completa ou inclusive pós-graduação. O restante se distribui entre os que têm nível superior incompleto (15%) e os que possuem o segundo grau ou ensino médio (15%). Esse dado se aproxima ao que foi apurado no estudo realizado por Sacco dos Anjos, Godoy e Caldas (2005) ao analisar o perfil⁵⁰ do

⁴⁹ Essa questão será aprofundada posteriormente.

⁵⁰ No aludido estudo, Sacco dos Anjos, Godoy e Caldas (2005, p. 160) informam que a maior proporção das pessoas entrevistadas nas feiras ecológicas de Pelotas, equivalente a 46,9%, possuíam nível superior, seguidas de segundo grau completo (37,5%) e segundo grau incompleto (15,6%),

consumidor das feiras ecológicas de Pelotas. As pessoas que buscam este tipo de mercado consumidor tendem a possuir maior nível de instrução e de informação, tanto no que toca ao produto em si, como em relação aos processos produtivos subjacentes.

Com relação à renda familiar, a maior parte (60%) das pessoas declarou que ela está situada entre cinco e dez salários mínimos, sendo o restante dividido entre os que recebem até cinco salários mínimos (20%) e os que possuem rendas superiores a dez salários-mínimos (20%). No estudo realizado sobre as Feiras-livres de Pelotas (SACCO DOS ANJOS, GODOY e CALDAS, 2005) a renda domiciliar dos entrevistados se distribui da seguinte forma: 6,5% das pessoas tinham uma renda familiar entre 1 a 2 salários-mínimos (SM), 19,4% entre 3 a 4 SM, 6,5% entre 5 a 6 SM, 38,7% entre 7 a 10 SM, 12,9% entre 11 e 15 SM e 16,5% mais de 15 SM. Se cruzamos nossas informações com as colhidas em Pelotas constatamos que a faixa mais importante (5 a 10 SM) equivale, no nosso caso a 60%, enquanto em Pelotas, equivalia, há pouco mais de dez anos, a 45,2%. Através desses dados fica claramente evidenciado que o consumidor que adquire os alimentos nas feiras ecológicas possui maior escolaridade e renda familiar mais elevada que a média da população brasileira.

O tempo em que os consumidores frequentam as feiras é uma informação de grande relevância para os objetivos da pesquisa. O contato com a realidade mostrou que 40% dos entrevistados participam das feiras ecológicas de Porto Alegre desde o seu surgimento, descrito anteriormente, enquanto que 40% o fazem há mais de três anos. Os 20% restantes participam das feiras há menos de três anos. Esses dados oferecem indícios do grau de fidelidade dos consumidores à proposta. Vale dizer que a frequência de compra nas feiras é semanal, envolvendo um gasto médio compreendido entre R\$ 80,00 e R\$ 120,00 reais.

4.2 Memória do rural na comida da feira

Na primeira parte do roteiro de entrevistas, além do levantamento de dados pessoais dos entrevistados, procuramos saber a origem dos mesmos e de seus pais, cumprindo o objetivo de identificar se havia, ou não, algum tipo vínculo com o

campo. Igualmente, pretendíamos avançar na análise de qual poderia ser a relevância que este aspecto assumiria frente ao ambiente da feira, na eleição dos alimentos ali comercializados ou com as questões que afetam o meio ambiente e agroecologia. Sobre esse aspecto, cabe mencionar que boa parte dos entrevistados (45%) vieram do interior, sendo que seus pais, ou seus avós, tinham alguma relação com a vida rural. No decorrer das entrevistas essa informação era recorrente, reproduzindo experiências que remontam ao tempo da infância no interior ou do relato de experiências vividas por seus pais e avós num tempo em que a vida girava totalmente em função dos ritmos da natureza.

A memória do rural, ao se relacionar com a comida, segundo Mintz (2001), revela o aprendizado que temos desde muito cedo no ambiente familiar e no espaço social em que fomos criados, permanecendo profundamente na nossa consciência. Estas memórias influenciam as decisões que adotamos sobre a alimentação e refletem a cultura sobre a qual pertencemos.

Vale frisar, como afirma Menasche (2010), que a comida tem uma dimensão comunicativa. Desta forma, assim como a fala, ela pode contar histórias trazidas de nossa memória e comunicadas no alimento que elegemos ou saboreamos. Memória esta que pode ser idealizada, romantizada, conferindo ao alimento oriundo diretamente do rural, características tais como a pureza, sabor, e saudável, que são acrescidas pelo imaginário do consumidor que busca nas suas lembranças de infância e adiciona ao alimento de sua escolha. O valor e a qualidade subjetiva estão presentes nos elementos que governam essa escolha. Segundo relata um de nossos entrevistados:

Porque assim, eu morei no interior até os dezoito anos, e sempre a gente tinha, tinha em casa, [uma horta] no interior a gente morava em casa, terreno grande, se tinha plantação de hortaliças, e àquela época nós não tínhamos tantos produtos com tantos problemas como hoje, eram produtos mais saudáveis, que tinham gosto, tu, por exemplo, tinhas frutas, se tu não tinhas, teu vizinho tinha, laranjas, bergamotas, pêssegos, caqui, então estavam ali, tu comias e tinham sabor. Os produtos que estão na feira, têm esse mesmo sabor. Tu vais pegar, por exemplo, uma cenoura, eu me lembro que, tu ias fazer uma salada, tu ias na horta e colhia a cenoura. Tu vais na feira, é a mesma coisa. Se tu pegar uma cenoura do supermercado, não tem gosto nenhum. Se tu vais pegar uma batatinha inglesa no supermercado, ela não tem gosto nenhum. Tu vais pegar uma da feira, tu vais sentir o sabor dela. Àquele sabor característico que só um produto natural que vai ter, sem interferência[...]. Sim, o sabor, qualidade... Sim. Me fez voltar àquele sabor da minha infância (ER Feira do Menino Deus⁵¹)

⁵¹Homem, casado, profissional liberal de 56 anos. Entrevista realizada em 27 de novembro de 2015.

Para este consumidor o alimento que hoje ele adquire na feira o faz viajar no tempo, voltando à casa dos pais no interior de Erechim, região norte do RS, bem como ao sabor que tinha na sua infância que, para ele, era único e diferenciado. A segurança do alimento, sem aditivos químicos, transparece no sabor da cenoura ou da batata que adquire na feira ao compará-los com o mesmo tipo de produto, adquirido nos outros canais de comercialização, sobretudo, nos supermercados. Para o nosso entrevistado este elemento do sabor da infância é um dos fatores impulsionadores para a escolha que fez, há mais de 20 anos, quando se tornou um assíduo frequentador destas feiras ecológicas. Com efeito, a fala de uma de nossas entrevistadas – Fisioterapeuta, funcionária pública, 47 anos – reforça tais elementos:

E eu brinco com o meu marido, que eu digo que o nosso lanche de quando a gente era criança era a fruta de época! Porque a gente estava brincando, e se desse fome, a gente pegava o que tinha por perto. Lá tinha muita laranja, então pegava a laranja e saía comendo, “ah, vamos na casa da fulana, porque na casa da fulana tem um pé de pêra, vamos lá” “ah na tia tal tem figo” “ah, vamos fazer uma visita pra tia tal pra comer uns, então?” “Vamos!” Então a gente ia lá pra comer os figos! Ou então a gente colhia em épocas, e tinha muito figo, a gente tinha uma vizinha que tinha uma plantação enorme, e ela não dava conta daquilo! Lá no interior não se fazia pra vender, tu fazia pra ti consumir, pra tua família, pros teus filhos, pra um vizinho e sobrava muito! Então a gente ia colher, todo mundo, as crianças iam colher e se fazia, e todo mundo da comunidade fazia, então a figada dos pés de figo daquela vizinha! Então tinha muito isso, assim, da gente comer o que tivesse na época, na época da melancia “ah, vamos gelar, que é verão” aí a gente botava na aguinha do córrego e depois da brincadeira a gente comia e tinha essa coisa! E eu acho que esse sabor que eu trago da infância assim. E eu tento fomentar isso pros meus filhos da gente frequentar a feira e tal né, pra tu sentir “ai que delícia isso!”, minha filha não comia morangos, aí uma amiguinha na feira comeu morangos e deu morangos pra ela e ela achou delicioso! E quarta-feira eu comprei uma caixa de morango e ela comeu metade! Chegando em casa, ela mesmo lavou e foi comendo - mãe isso aqui tá muito bom! E aí, depois, o pai dela foi brincar com ela e aí ela disse - aí pai, tu acredita que eu comi meia caixa de morangos? E a criatura comeu mesmo meia caixa!!! Então eu quero que eles tenham esse sabor e a gente também vai lá pra fazendinha, lá no sítio, e a gente colhe laranja e a gente traz pra fazer suco (RG. Feira do Menino Deus; grifos nosso)⁵².

No argumento da consumidora deste último depoimento não está presente apenas a questão da memória gastronômica, mas também a importância de uma pedagogia alimentar que leve em conta a necessidade de estimular os filhos a adquirirem bons hábitos, consumindo produtos frescos e limpos, respeitando também os ciclos da estação e os ritmos da natureza. Essa ação se complementa

⁵² Entrevista realizada em 18 de setembro de 2015.

com as idas ao campo por parte da família, especialmente para colher as frutas e fazer os sucos. Igualmente importante é levar os filhos à feira para que compreendam a importância de conhecer a origem do produto. Esta consumidora, como outras que conhecemos, costuma levar seus filhos à feira do Menino Deus (quartas-feiras), momento que permite a socialização das crianças dentro de um ambiente social que mescla as cores e sabores das frutas, verduras, legumes e outros produtos (doces, chás, *schmiers*, compotas, etc.).

O sentimento atávico em relação ao ambiente rural é um elemento que surgiu nas falas dos nossos entrevistados. Mesmo que no tópico inicial, ao perguntar sobre a sua origem e a de seus pais, não houvesse sido identificada uma vinculação direta com o rural, no decorrer da entrevista, ao refletir sobre a feira e sobre os produtores, surgia o relato de uma ligação com os avós que moraram no campo. Ou, por outra parte, o caso de uma entrevistada – 30 anos, casada, grávida do seu primeiro filho – que viveu a experiência inversa de deixar a cidade para residir no rural. Segundo suas próprias palavras:

Meus pais compraram, eu era adolescente, um sítio em Nova Petrópolis. E foi aquele, no caso o contrário, o êxodo. Da metrópole para o campo, buscando qualidade de vida [...]. E foi um tanto frustrante. Chegar lá, e - Que coisa linda estes tomates, fresquinhos! E daí, no outro dia, eles estavam chovendo veneno! Que dava para sentir o cheiro até na nossa propriedade! Que não ficava assim grudados. Pô, eram sítios, tinham a distância de hectares de um para outro! Mas a gente sentia quando eles plantavam com pesticida. E comecei a pensar, esta propriedade está mais alta que a nossa, mas deve afetar o córrego de água. E pensava, puxa que pena! Um tomate tão bonito. E isto começou a me frustrar. E naquela época a gente começou a ter conhecimento de orgânicos através deste projeto que era daquele órgão? [...] A Emater! Com a assessoria deles, minha mãe e os caseiros começaram a plantar lá de forma orgânica [...]. E eu via e, pô, que legal! Estava indo legal né, claro tem que enfrentar o inverno, a geada, nunca tivemos ovos alienígenas como encontramos uma vez aqui. Mas a geada judiava, as vezes tem o granizo. Mas tem de ir desenvolvendo e ser persistente. Cara é muito bom! E ali eu conheci e sentia a diferença do que era, vamos pegar o item mais básico do mundo: uma alface padrão do supermercado e uma alface orgânica [...]. Poucos anos após a minha mãe quis voltar, e eles [os caseiros] não tiveram interesse em continuar, e eu sempre continuei a valorizar isso. Não era uma questão da minha mãe ou da minha irmã, era eu mesmo que valorizava. (JR – Bom Fim)⁵³

Neste relato a entrevistada mostra a perda da visão romantizada sobre o rural, através do contato com a produção realizada com pesticidas. Mas, por outro lado, foi esta experiência que fez com que ela percebesse o duro trabalho do campo

⁵³ Entrevista realizada em 21 de novembro de 2015.

e desenvolvesse uma forma de solidariedade com a produção rural diferenciada, bem como o interesse por alimentos orgânicos e a preocupação com as questões de meio ambiente e ecologia. Percebe-se, neste relato, que a entrevistada, ao perceber os danos causados ao ambiente pelo uso de agrotóxicos no plantio, assume uma postura que Beck (2012) identifica como a natureza que se transforma em política. Desse modo, as questões ecológicas fazem com que os indivíduos chamem para si a hercúlea tarefa de preservar o meio ambiente e de defender outra forma de agricultura.

Refletir sobre a relação do alimento com o âmbito rural leva inexoravelmente as pessoas a reconhecerem as transformações sofridas no ambiente natural e na forma de produzir na agricultura, tal como alertavam Beck (2012) e Giddens (2012) nas obras que trataram sobre dilemas da modernização reflexiva em que nos encontramos. Para além do sabor que remete à infância, a memória do rural aparece nos relatos como elementos de identificação de pertencimento do urbano com o rural. Este pertencimento, esta identificação com o rural age como indicativo do engajamento na causa da agricultura e das feiras ecológicas, fazendo com que o consumidor se sinta responsável e participe e através de sua escolha implique-se ativamente nessa causa, de manter o produtor no campo produzindo estes produtos. Sobre esse aspecto, um de nossos entrevistados – natural do interior de Caçador, SC, micro empresário, casado, 55 anos – expressa que:

Tem uma coisa assim, a gente nunca cai longe do pé, eu sempre digo. Eu tinha um avô meu que era imigrante alemão e ele, como muitas famílias do interior, que eram imigrantes ou mesmo agricultores, eles tinham uma vida autossustentável. O meu avô produzia tudo o que consumia com exceção de algumas coisas básicas como o sal, café, açúcar, mas era isso, o resto era produzido! E eu, nas férias escolares, ficava na casa da minha avó, uma das coisas que rendia, que dava receita, era vender ovos, era vender leite e legumes, hortigranjeiros. Então eu me lembro, lá na minha avó, a minha tia tinha uma Kombi, ela entregava ovos toda a semana no armazém na cidade e eu entregava leite nas minhas férias, ganhava o meu troquinho [...]. É uma realização grande também poder conversar com o agricultor, não sei se isso me lembra a minha infância, mas eu acho que é mais do que isso, é uma gratidão por alguém que produz o alimento limpo, poder olhar no olho de quem está ali e poder dividir com eles, respeitar eles, elogiar eles! Porque esses caras vêm às vezes num raio de 200 km de Porto Alegre, vem lá de Ipê, Antônio Prado, os caras que vem aqui da região Sul, Sentinela do Sul, Guaíba, Eldorado, vem lá de Torres, de Dom Pedro de Alcântara, então esses caras para chegar numa feira 7 da manhã montada em POA, eles têm que chegar às 6:30 h. no máximo! E aí vão de caminhão, de ônibus, eles têm coletivo, e levam 3 horas para chegar, então tem que sair de casa às 3:30, devem de estar levantando às 2:30, e as vezes terminam às 10 horas da noite de sexta feira de carregar o ônibus, o caminhão! E as pessoas chegam ali e às vezes não pensam, não têm esse conhecimento,

não tentam descobrir as coisas daquilo que tem por trás daquilo que chegou na mesa! Então eu sei o quanto foi difícil produzir, fora as intempéries, granizo, geadas, depende da região e tal, porque tu não tens garantia nenhuma né?! Tu tens a terra, a terra é uma coisa maravilhosa, tu produzes, ela te dá, mas às vezes não né, não é 100% garantido né, tu tens os nutrientes da terra, tem uma coisa maravilhosa, tu pões a semente e tu tens coisa para comer. (CS Feira do Menino Deus)⁵⁴

Neste relato, podemos perceber que o consumidor, além de acionar a memória de suas vivências de infância no contato com a feira, revela uma postura que expõe o reconhecimento tácito da dignidade do trabalho do campo e todas as dificuldades enfrentadas pelos produtores. Este reconhecimento evidencia uma gratidão plena pelo trabalho dos agricultores e que se fortalece na interação construída entre os feirantes e os consumidores ao longo de anos. Este estreitamento de laços, bem como o reconhecimento do caráter diferenciado desse tipo particular de produtor de alimentos que, como ficou demonstrado, se move numa direção oposta às facilidades da agricultura convencional, servem de argumento para a fidelização em relação à proposta das feiras ecológicas. Nesse sentido, como argumentam nossos entrevistados:

A relação com o agricultor, no meu caso, é uma relação de vida, porque ali eu compro o alimento que é o alimento que é preparado com o trabalho do cara ali, que o cara se dedica, se ferra, toda aquela história, toda a dedicação que ele pode usar com a terra, porque hoje tu vais encontrar com a dedicação de quem trabalha com alimento orgânico, porque o resto é muito mais prático [...]. Ah, eu não posso deixar de ir lá para ir em outro lugar, tu entendes? Porque senão eu vou deixar de ter essa relação com eles, até por ser longe, tem que ir, a gente combina as coisas para o fim de semana, “ah vou trazer não sei o que”, uns lances que não tem nada a ver, um lance que é assim, está fora do lance da comida, é mais a história da relação pessoal mesmo (CE Feira do Menino Deus)⁵⁵.

Porque eu acho, é uma pessoa que produz pra mim, que conhece meu filho que consome aquilo que ele está plantando, que está produzindo e eu valorizo aquilo que ele está fazendo, então aquilo tem um valor pra mim, a gente tem uma relação muito direta de consumidor e produtor, então eu sei que ele tem um receio de produzir aquilo porque é a base daquela produção, então eu sei que ele vai ter um cuidado, porque a gente tem um acordo em relação a isso, ele está se propondo a me produzir um alimento orgânico e eu em contrapartida qualifico esse trabalho dele comprando a ideia, comprando o produto, acho que é uma relação saudável. (RG Feira do Menino Deus)⁵⁶.

⁵⁴ Entrevista realizada em 16 de setembro de 2015.

⁵⁵ Homem, casado, 50 anos, fotógrafo autônomo, três filhos. Frequenta a feira há 10 anos. Entrevista realizada em 23 de outubro de 2015.

⁵⁶ Mulher, casada, dois filhos, 47 anos, fisioterapeuta. Frequenta a feira há 8 anos. Entrevista realizada em 18 de setembro de 2015.

Ai o trabalho do produtor é... é muito trabalho! Acho que porque meus vovôs foram produtores de hortaliças, e tudo isto, e sei que o trabalho é bem grande. Tem também de positivo o aspecto de durar mais na geladeira também, não sei, creio que é pelo fato de estar bem conservado e principalmente o produto estar fresco (NC Menino Deus)⁵⁷.

Podemos perceber, entre os argumentos de nossos entrevistados, a grande importância atribuída à relação contraída com os agricultores, os laços afetivos construídos em torno aos produtos adquiridos, assim como a responsabilidade no sentido de retribuir, minimamente, o esforço despendido por aqueles que colocam sua energia em favor de uma causa que extrapola o âmbito de uma simples troca comercial. Trata-se, outrossim, de cuidar do planeta e de assegurar uma reputação.

Em relação aos motivadores de começar a ir às feiras orgânicas aparece na fala de todos os entrevistados uma preocupação com o alimento limpo, pelo medo dos efeitos deletérios decorrentes do consumo de alimentos produzidos com agrotóxicos. Quando questionados sobre as razões que os levam a abastecer-se de alimentos nas feiras, de modo recorrente apareceu a primazia atribuída ao produtor antes que do próprio produto. Ou seja, embora os quesitos de frescor, sabor e segurança sejam muito fortes como características positivas da feira, o prazer pelo contato direto com o produtor e a proximidade de interesses apareceram como aspectos muito significativos nesta pesquisa.

4.3 Alimento limpo, saúde e segurança

Uma alimentação adequada é sinônimo de saúde e qualidade de vida. E quando esse pensamento se traslada para o ambiente familiar, esse desejo é claramente exacerbado, especialmente em face de um contexto marcado por tantos escândalos alimentares, fraudes e adulterações que não respeitam nem mesmo produtos que servem de alimento de crianças e jovens⁵⁸. Alguns de nossos

⁵⁷ Mulher, casada, 30 anos, 2 filhos, dona de casa. Frequenta a feira há um ano. Entrevista realizada em 28 de outubro de 2015.

⁵⁸ Em 2011 a PepsiCo do Brasil foi condenada a pagar uma indenização de R\$ 420 mil por haver comercializado o achocolatado Toddynho contendo detergente em cidades do Rio Grande do Sul. Esta empresa foi obrigada a firmar um termo de ajustamento de conduta com o Ministério Público desta unidade federativa brasileira, comprometendo-se a realizar todas as medidas necessárias para

entrevistados reiteraram que a preocupação com a alimentação dos filhos motivou a mudança de hábitos e a decisão de fazer das feiras ecológicas um lugar de destaque na compra do que a família consome. Eis aqui dois depoimentos que corroboram essa ideia:

Despertada a gravidez, é saber que agora eu era responsável não mais só por mim, mas pela alimentação de um outro ser também, que dependia de mim, dependia do que eu ingeria para o seu bem-estar [...]. Então, essa consciência de que agora não sou mais eu, é eu e mais os que estão dentro de mim [risos]. Toda a consciência da saúde que ela traz o tipo de alimentação orgânica, limpa de veneno. Por essa consciência e sabedoria de que isso é produto de saúde, de bem-estar, de tudo. (FG Feira do Menino Deus)⁵⁹

Aí, quando eu engravidei, eu disse, bah, preciso comprar coisas mais puras, né, que, volta e meia eu encontro amigas grávidas, ou que recém tiveram bebê, que começaram a ir na feira, assim, então, isso, acho que quando tu tens responsabilidade sobre outra pessoa, além de ti, tu começa a te antenar, assim, o que que eu vou estar dando, né, pra essa pessoa aqui que, enfim, vai estar, cada vez mais acumulando, cada vez mais, um monte de porcaria no organismo, e não sei, a gente vê tanto caso de câncer, ou de sei lá o quê, nem se sabe do que que é, né, então, eu acho que quanto menos radicais livres, metais pesados, tudo isso na nossa alimentação, é melhor, né, eu acho que foi o fato de eu ter o meu segundo filho. (JP Feira do Menino Deus)⁶⁰

Nestes relatos encontramos evidências do que Barbosa (2009) descreve como a tendência alimentar de medicalização da sociedade contemporânea. Além de preconizar o consumo de alimentos frescos e saudáveis, existe o desejo de encontrar um alimento “limpo”, ou seja, que não contenha resíduos de conservantes ou aditivos químicos que muitas vezes são adicionados para melhorar o aspecto visual dos alimentos, tal como se verifica no caso de frutas “maquiadas” de supermercados. Barbosa (2009) destaca que na medicalização busca-se o máximo aproveitamento do alimento para aperfeiçoar o funcionamento do organismo. Desta forma, os alimentos são percebidos como instrumentos de promoção da saúde e/ou de combate às enfermidades, sendo assim hierarquizados como saudáveis ou não saudáveis ao organismo humano.

Por outro lado, os relatos das mães vão ao encontro do que Miller (2001) destaca como sendo a escolha de um alimento revestido de significados. Ao amor e

que esse episódio não voltasse a ocorrer. Segundo Tau (2012), ao menos 39 pessoas foram intoxicadas pelo consumo do produto.

⁵⁹ Mulher, 35 anos, casada, três filhos, dona de casa. Frequenta a feira há 9 anos. Entrevista realizada em 14 de Dezembro de 2015.

⁶⁰ Mulher, separada, 35 anos, mãe de dois filhos, professora de Yoga e recreacionista. Entrevista realizada em 23 de novembro de 2015

a responsabilidade dos pais em relação aos filhos, somam-se outros valores como o cuidado com a saúde e, portanto, uma alimentação saudável que previna o aparecimento de doenças. Esse aspecto surgiu também no momento em que indagamos se os entrevistados costumavam observar os rótulos dos produtos que adquiriam.

Nossos entrevistados relataram que costumam olhar (90%), além da data da validade, a composição do alimento e a origem do alimento, como podemos ver na fala da nossa entrevistada casada, 40 anos, estudante, natural de Curitiba.

Eu procuro identificar a menor quantidade de químico assim né. Pão, quando eu compro, seria até melhor comprar na feirinha. Mas acabo comprando no super. Então, pão, eu dou uma olhada para ver o que tem. Comprar o que tem o mínimo de produtos químicos, conservantes. No mais é isso. (JC Feira do Bom Fim)⁶¹

De uma maneira geral os consumidores se mostraram atentos na escolha dos produtos que adquirem. Não compram de maneira impulsiva e se referem ao cuidado da forma de fabricação, além da origem e composição. É o que podemos ver no relato de uma entrevistada (30 anos, casada, estudante e grávida):

É um hábito que eu tenho desde que eu aprendi a ler. Sei lá, desde a infância, eu sempre lia rótulos. E isto fez com que eu também acabasse indo mais para a área da administração porque eu via que os domínios mudavam. Os proprietários de marcas mudavam. E isto eu achava interessante. E ingredientes, também, eu sempre me interessei. Eu lia e não entendia bulhufas! Criança, né. E foi algo que eu comecei a gostar e procurar os ingredientes de cada coisa. Depois mais tarde veio o conhecimento de produtos orgânicos. Mais ou menos isso. Se tornou um hábito. Não consigo não ler ingredientes, não ler rótulos. [...] Datas, fornecedor, ingredientes. Produção, no caso, se for não alimentício. Potencio aqueles que não considero legais por alguma questão ambiental (JR Feira do Bom Fim)⁶²

Neste relato a entrevistada revela que, para além do cuidado com o corpo, e com a saúde, soma-se a preocupação com o modo de produção e o impacto ambiental do processo. Fatores que já sinalizam para uma tendência alimentar mais ampla como no caso da saudabilidade, onde as questões do entorno e do impacto ambiental são consideradas, tal como veremos a seguir.

⁶¹ Entrevista realizada em 19 de setembro de 2015.

⁶² Entrevista realizada em 21 de novembro de 2015.

Apesar deste cuidado que revelaram ter em relação a procurar se informar sobre os alimentos que adquirem, quando questionados em relação à feira este comportamento muda completamente. A confiança se transfere para o produtor que está ali à sua frente. Não costumam olhar etiquetas ou rótulos de produtos da feira. Nem mesmo no caso de produtos como suco, café, biscoitos, massas oriundos da agroindústria familiar e vendidos em embalagens com rótulos na feira. A confiança nestes casos está na “instituição feira” para aqueles que não conhecem há mais tempo o produtor, ou nas faixas existentes na maioria das bancas que indicam a cooperativa que distribui o produto ou o local de origem do produtor.

4.4 Estilo de vida e a Saudabilidade

O espaço das feiras é descrito, por todos entrevistados, como um local onde os consumidores têm a oportunidade de comprar um produto, que além de ser produzido de forma limpa, sem produtos químicos prejudiciais à saúde, agrega valores em si como a sustentabilidade, o zelo com o meio ambiente e a paisagem rural. A percepção destes fatores atua como um componente de valor que se transpõe nos alimentos que são levados para casa, assim como da experiência vivida na feira como um local singular onde relações de proximidade e de afeto são travadas com pessoas que navegam na direção oposta ao mundo da globalização, da padronização e da artificialização dos processos produtivos. Os depoimentos a seguir fortalecem claramente esse entendimento:

Bom acho que é isso, é trazer um estilo de vida mais saudável né? Acho que se fosse resumir numa frase curta é [risos], é o que eu diria né, e eu digo estilo de vida agora pensando em todas aquelas outras coisas que eu já te comentei, porque não é só um alimento mais saudável. Mas é um ambiente aberto que geralmente tem natureza em volta, espero né? Eu gosto ali porque tem essa natureza em volta, são pessoas que tu vê, às vezes você acabou de vir de uma corrida ou vai pra uma corrida, então tem um estilo de vida ali né? (TA Feira do Bom Fim)⁶³

Para colocar no mercado um produto mais saudável, né, mais saudável. Essa é a principal proposta deles, né? E fugir um pouquinho da industrialização dos produtos, hoje nós temos muito disso. Hoje tu chegas no supermercado e tu, tu levas para casa praticamente pronto. Tu vais

⁶³ Homem, casado, 34 anos, profissional liberal. Frequenta a feira há 3 anos. Entrevista realizada em 22 de outubro de 2015.

encontrar, tu vais encontrar comidas prontas, ah, embaladas, né. Tu vais encontrar, é saladas já prontas, tudo isso pronto. Em relação às saladas, não tanto. Mas, mais em relação de comida, é, tu encontras, tudo industrializado. E a feira ecológica ela vem, ela vem para derrubar essa, essa coisa, né? É, tu vais encontrar produtos ali na feira ecológica como chimias, como é molhos e várias outras coisas que são feitas de uma forma mais artesanal, mais saudável, e não aquela coisa industrial que é produção em série, né? Então eu acho isso importante (ER Feira do Menino Deus)⁶⁴

Cabe salientar, também que o forte discurso, identificado com um “modo de vida” considerado como mais natural, está presente em todas as falas. Esta narrativa do consumo de alimentos orgânicos e principalmente de alimentos da feira, vêm ao encontro do que Barbosa (2009) assinala como uma das tendências da sociedade contemporânea em relação à comida. A autora denomina esse movimento de busca de ‘saudabilidade’, esclarecendo que este comportamento leva em consideração questões como a forma equilibrada e respeitosa de produção dos alimentos, de criação dos animais e do zelo ao ambiente natural na escolha do alimento. As pessoas imbuídas desse espírito adotam uma perspectiva mais holística de alimentar a si e aos seus familiares e de se harmonizar com as forças da natureza. Desta forma, o que era para ser um ato frugal de satisfazer necessidades alimentares imediatas acaba por assumir uma dimensão muito mais ampla que conecta a saúde do corpo com a saúde do planeta, incluindo o ambiente social em que a produção, a circulação e o consumo social dos bens se desenvolve.

Desta forma Barbosa (2009, p. 29) afirma que “por trás de uma postura saudável tem uma proposta de reformulação da sociedade contemporânea do corpo e da alimentação”. Esta proposta de reformulação da sociedade passa pelo prisma do consumo consciente de alimentos e transita pelos espaços recônditos da feira, nas conversas mantidas entre as pessoas, nos comentários sobre algum acontecimento, nas indicações e nas informações que são trocadas, em todo momento. Veja-se o depoimento a seguir de uma consumidora (casada, sem filhos, 56 anos, funcionária pública aposentada):

É, eu acho que é o consumo consciente do alimento saudável, a consciência do consumo ecológico. Eu acho que quando tu tá comprando um pé de alface que não tem veneno, tu deixa de comprar uma caixinha de remédio que custa 10 vezes mais caro, então é a prevenção da saúde, pelo menos eu vejo assim, consumindo um alimento saudável tu estás se prevenindo para o futuro, pensar que tu podes viver um pouco mais, a

⁶⁴ Homem, casado, 56 anos, profissional liberal. Frequenta a feira há 20 anos. Representante dos consumidores. Entrevista realizada em 27 de novembro de 2015.

qualidade de vida que tu vais ter daqui a 10, 15, 20 anos vai ser bem melhor, a gente aposta nisso, que tu consumindo tu estás te prevenindo, do que, ah eu vou consumir só tomate com veneno, tu provavelmente vai ter um câncer, se eu não consumir esse tomate com veneno provavelmente a probabilidade de eu ter vai ser menor, então é isso, eu acho que é a preservação. (LZ Feriras do Bom Fim)⁶⁵

A sociedade avançou e encontrou meios para ampliar a esperança de vida ao nascer e para encontrar a solução para um grande número de enfermidades. Todavia, é igualmente grande o volume de informações que reforçam a tese de que uma boa alimentação é uma poderosa ferramenta para uma vida saudável e para usufruir de qualidade de vida. Esse entendimento perpassa as falas das pessoas que entrevistamos nas feiras ecológicas de Porto Alegre.

4.5 O Mundo passa na Feira: Consumo, alimento, estilo de vida

Ingressar nas feiras ecológicas de Porto Alegre é uma experiência verdadeiramente singular e nada comparável a fazer as compras num hipermercado da capital gaúcha ou de qualquer outra cidade de porte médio ou grande. No estudo realizado por Sacco dos Anjos, Godoy e Caldas (2005), os autores reiteraram que as feiras-livres de Pelotas devem ser vistas como um patrimônio sociocultural desta tradicional cidade gaúcha e como expressão do que se convencionou chamar de riqueza 'imaterial' da comunidade pelotense. Guardadas as devidas proporções, e, sobretudo o menor tempo de funcionamento, cremos que este mesmo entendimento se identifica com o caso das feiras ecológicas de Porto Alegre, que foram objeto dessa dissertação. O depoimento a seguir de uma entrevistada – casada, sem filhos, funcionária pública aposentada de 56 anos – exprime esse sentimento:

O mundo passa um pouco por ali na feira do sábado de manhã e isso também é uma coisa que nos agrada muito! Porque não é só um local aonde você vai só para comprar o alimento, você vai e tem trocas de conhecimentos, relacionamento, novas relações que você estabelece, novos conhecimentos né, são trocas que vão além do simples ato do comprar e vender. Se estabelecem inclusive relações afetivas ali com o vendedor, o produtor e para além disso uma das questões que para nós é muito importante, então que é a agroecologia, que é a questão do cuidado com a terra, com a natureza, da saúde, do mundo que a gente vive, do

⁶⁵ Entrevista realizada em 15 de setembro de 2015.

planeta terra, coisa que para nós é muito importante e comprar na feira é apenas um viés dessa preocupação (LZ Bom Fim).⁶⁶

O excerto acima reproduz a fala de uma entrevistada das feiras do Bom Fim, a qual consideramos muito significativa em termos de expressar o que está contido mais além da compra propriamente dita de alimentos na feira. A completa identificação com a feira como um local onde “o mundo passa um pouco por ali” revela a importância atribuída pelos frequentadores. No citado estudo de Sacco dos Anjos, Godoy e Caldas (2005) as feiras-livres durante muito tempo representavam uma ponte da urbe pelotense com as suas colônias. No caso das feiras ecológicas de Porto Alegre podemos afirmar que essa ligação não é só com o rural, mas com a natureza e, portanto, com o telúrico que habita o nosso ser.

A identificação da feira como um espaço de formação, de informação sobre os mais variados assuntos ligados à ecologia, ao meio ambiente e à sustentabilidade estabelece laços fortes entre os consumidores e produtores. Estes laços se revertem em fidelização por parte dos primeiros em relação ao mundo da feira, bem como um compromisso cívico selado com o produtor, com a sociedade atual e com as gerações futuras. Essa questão de estilo de vida expressa o que Giddens (2012) alude acerca das decisões e escolhas de indivíduos que tomam para si a responsabilidade de ser solidário com os nobres ideais de nosso tempo. Veja-se, a propósito, o depoimento a seguir do representante dos consumidores da FAE (casado, 54 anos e aposentado):

Eu acho que a feira é muito mais que alimento, alimento que tu pões na boca. É aquilo que tu vês, que tu ouves, que tu sentes. Isso é alimento também. A ideia de alimento, nutrição, ela é muito mais profunda do que minerais, vitaminas e proteínas. Existe uma outra relação muito mais complexa e ampla que faz parte dessa ecologia aqui, desse ser. Porque isso aqui é uma entidade. Eu gosto do organismo agrícola que a gente usa na biodinâmica. Esse organismo de feiras aqui, de relações, ele se mantém de uma forma multifacetada, tem várias relações aqui (FR Feira do Bom Fim)⁶⁷.

A visão deste consumidor é a de que a feira deve ser vista como um organismo de relações atribuídas ao alimento adquirido, possuindo forte carga social e simbólica. Esta sensação é igualmente relatada pelos produtores, que percebem a solidariedade e a fidelidade do seu consumidor como um grande incentivo para

⁶⁶ Entrevista realizada em 15 de setembro de 2015

⁶⁷ Entrevista realizada em 19 de outubro de 2015.

superar as dificuldades de uma atividade regida pelos ritmos da natureza. Esta “gratidão”, como relata um dos produtores, serve como combustível para seguir adiante. A recepção, pela feira FAE do Bom Fim, a um grupo de produtores rurais de Maquiné que vieram conhecer a feira, e aprender como poderiam comercializar os seus produtos em seus locais de origem (Fig. 23 e 24), foi exatamente nessa direção:

Eu já cheguei quando a feira já tinha 11 anos. As pessoas só faltavam fazer reverência diante de mim!!Aí era eu: “Mas o que tá acontecendo? Ele deve estar brincando comigo!” Mas não! Isso continuou! E eu comecei a entender, porque eu preciso, eu levo tempo para me convencer, comecei a entender que era um estado de gratidão com o agricultor!! E eu fiquei tão impressionado com isso!!! Tão encantado e tocado por isso!! Que me incentivou a fazer outras coisas além de produzir alimentos! Me impulsionou a resgatar uma característica que eu fazia quando tinha 7 anos. Quando eu tinha 7 anos eu resgatava as sementes de arroz e multiplicava. Mas imagina! Era experiência de criança! Nos anos seguintes abandonava né. Isso, eu me motivei a fazer de novo! A partir daí eu me transformei num guardião de sementes. Hoje sou um guardião de sementes. Uma pessoa que protege, resgata, multiplica e protege sementes! Sementes crioulas de arroz. Motivado por este contato na rua! Por este encontro! Ali eu encontrei, eu descobri, uma outra forma de pagamento, que não só a monetária!! Tem esta forma do carinho! E do amor! E eu entendi com o depoimento das pessoas, no passar dos anos, que este amor que eu recebo na rua, eu levo para a casa e planto junto! E no ano seguinte a produção vem melhor! E a cada ano melhor! E isso é progressivo! E o ser humano que está envolvido no processo, tanto do lado de cá da banca, como do lado de lá da banca. (JO – Produtor feirante da FAE no Bom Fim)⁶⁸.

Nesta mesma ocasião os produtores da FAE relatam aos produtores visitantes de Maquiné, sobre a fidelidade de seus consumidores que, ao longo dos 26 anos, permanecem quase todo o sábado na feira. Esse fato pode ser visto nos breves excertos a continuação:

E é interessante que esta feira naqueles dias de chuva, dia feio! Ela continua vendendo 70%, no mínimo, que em dia ensolarado! As pessoas, estes clientes, eles também como nós, eles vêm, faça chuva, faça sol!!(J.O. produtor feirante da FAE no Bom Fim)⁶⁹

É que 70% do consumidor que passa ali já é um consumidor consolidado. 30% que ainda é o que varia. Mas 70% já está consolidado em todo este tempo. (V.S. Produtores feirantes da FAE Bom Fim).⁷⁰

⁶⁸Relato obtido por ocasião da recepção da comissão de feira da FAE ao grupo de agricultores de Maquiné, em 24 de outubro de 2015 na feira da FAE.

⁶⁹Relato obtido por ocasião da recepção da comissão de feira da FAE ao grupo de agricultores de Maquiné, em 24 de outubro de 2015 na feira da FAE.

⁷⁰Relato obtido por ocasião da recepção da comissão de feira da FAE ao grupo de agricultores de Maquiné, em 24 de outubro de 2015 na feira da FAE.



Figura 23: Pedro e Juarez da FAE falando ao grupo.

Fonte: Acervo da autora (2015).



Figura 24: Produtores de Maquiné visitantes.

Fonte: Acervo da autora (2015).

O fator “fidelidade à feira” é também manifestado pelo administrador das Feiras do Menino Deus. Ele afirma que existe um percentual muito significativo de consumidores que, ao descobrir um problema sério de saúde, passa por uma reeducação alimentar, começa a frequentar este espaço, modifica outros hábitos de vida, reorientando suas percepções sobre o ato de consumir e de produzir. Relata também que a maioria dos frequentadores, nos dois dias das feiras do Menino Deus, já são consumidores “consolidados”.

Estas trocas são percebidas, como diz um dos produtores entrevistados, “dos dois lados da banca”. Assim os consumidores estão atentos às iniciativas e ações dos organizadores das feiras, às atitudes dos produtores e às informações que são ali veiculadas. O depoimento a seguir – de uma mulher solteira, 53 anos artesã – é bastante ilustrativo:

Para mim é a alimentação, só que tocada, se contagiando, com outras coisas legais, às vezes, uma peculiaridade que tem ali naquela feira que eu acho que começou, não sei se faz tempo que tem... Mas de pouco tempo pra cá, que eu vi que eles fazem uma sopa pra todo mundo. Todo mundo vai ali e come. Não é só para os feirantes. Eu tô afim, eu vou ali me sirvo e como. Um dia frio eles fizeram um sopão. Eu achei o máximo isso! Então, assim tem aquela coisa agregadora, aquela, uma outra mentalidade. A mentalidade da confiança, tanto que o feirante deixou eu ficar devendo feijão que custava doze reais o quilo e ele mesmo falou para mim: - Aqui a mentalidade é outra. Imagina se eu não puder confiar em ti? Então eu achei o máximo isso! Ele disse - Tu sabes que tu vais pagar. 'Da confiança! Uma outra mentalidade. É uma outra forma de ver o mundo, de começar a ver as

coisas diferentes. De criar uma outra mentalidade, uma outra consideração. Que não parte só da consciência do alimento. Não parte só da coisa conscientizar... não é só a coisa da saúde. Eu adoro esta coisa da alimentação, da saúde, mas não é só isso. É que envolve outras coisas, uma outra, forma de pensar o mundo. Outra coisa que eu acho legal é a coisa da simplicidade. As pessoas são mais simples na feira. Então eu acho uma coisa boa (AR Feira do Menino Deus)⁷¹

Neste relato a consumidora descreve a iniciativa dos produtores da feira do Menino Deus de doar um ingrediente, produzidos por cada um deles, para elaboração de uma sopa que é preparada para ser fornecida para todas as pessoas que circulam na feira. Esta ação dos feirantes promove uma aproximação, uma agregação ou mesmo comunhão entre produtores e os consumidores. A relação de confiança reiterada por esta consumidora ao contar sobre o feijão que levou sem pagar foi igualmente comentada por outros consumidores. Muitas das vezes as pessoas fazem suas compras e pagam em outro dia sem qualquer constrangimento. Esse é outro aspecto que diferencia o mundo das feiras em relação a outros mercados.

Mas há outro traço importante na dinâmica das relações que envolvem as feiras ecológicas de Porto Alegre. Referimo-nos às reuniões que os produtores da Feira da FAE no Bom Fim fazem aos sábados, às 7 horas da manhã. Neste momento, eles se agrupam em uma roda de conversa para comentar suas impressões sobre a feira anterior, discutir aspectos gerais e compartilhar informações acerca de eventos que vão ocorrer neste dia ou na semana. É comum os consumidores mais assíduos participarem desses encontros. Esta iniciativa é percebida pelos frequentadores como indicativo da capacidade de entendimento dos produtores, da união entre os protagonistas desse espaço, de coesão do grupo e de sintonia de interesses. Veja-se o que diz uma entrevistada (casada, doutoranda de engenharia, 40 anos) na fala a seguir:

Porque o que a gente ouve eles conversando, aquela roda que eles fazem na manhã. Eu já participei assim. Aquela das sete da manhã né? [...]. Então, você acaba pensando que é um grupo mesmo. Que se preocupa em estar oferecendo um produto orgânico afinal. Então até acaba confiando[...]. Não, não, já vi o pessoal da primeira quadra, todos juntos conversando. Então me deu uma impressão de uma coisa mais... unida! Mas, acho que... A feirinha eu confio assim. Porque tu vê os produtores, você vê o pessoal acordando cedo, você vê o sotaque deles (JC Feiras do Bom Fim)⁷²

⁷¹ Entrevista realizada em 03 de setembro de 2015.

⁷² Entrevista realizada em 19 de setembro de 2015.

Esta coesão e convergência de interesses, descrita pela entrevistada, revela o grau de confiança sobre o fato de o produto haver sido efetivamente cultivado de forma orgânica ou ecológica. A certificação, no sentido formal do termo, acaba sendo relativizada diante dos elementos que se impõe nesta relação.

4.6 O Preço justo e o valor agregado

A questão dos preços dos produtos praticados na feira é outro tema de interesse na pesquisa. Ao serem indagados sobre seus hábitos de compra e as motivações no sentido de comprar em um canal ou outro, todos afirmaram que os produtos orgânicos vendidos nas feiras têm um preço mais acessível que os adquiridos em outros canais de comercialização, a exemplo de supermercados e armazéns especializados. Mas, o que é considerado na escolha, acima do atributo “preço”, é a qualidade associada ao produto. Por outro lado, características como a durabilidade, frescor e sabor são percebidos como fatores diferenciais importantes. A percepção do trabalho diferencial do produtor é outro aspecto agregado ao valor do produto que supera a questão do preço. O conceito de preço justo é reiteradamente citado pelos consumidores em suas falas, tal como é descrito nos depoimentos a seguir:

E o preço dos itens em relação ao supermercado, por exemplo, ao Zaffari que a gente frequenta, os produtos orgânicos aqui têm um valor bem menor. Chega a ter uma diferença de 100% ao supermercado. Isto, apesar de parecer claro, todo o deslocamento tem um custo e tal. Mas acaba, também, tendo um impacto na questão financeira. De tu ter uma economia como de itens vindos na feira aqui.[...] Na feira, é questão do custo do item em relação a outras fontes é melhor, a qualidade é melhor. Em termos, assim, de ser um produto orgânico e ser um produto bem fresco. A gente também gosta muito de vir aqui na feira porque a gente, como vou dizer, a gente distribui, a renda, os recursos diretamente para o produtor. Para as famílias. Então hoje a gente comprou, por exemplo, os pêssegos em uma banca, e estava lá a nona, a vovó. Ela se auto denomina Nona. Eles chegam aqui as quatro e meia da madrugada. Saem de casa à uma da manhã. Daí se tu vê, Pô! Sabe! Eles poderiam até cobrar mais! (JR Feiras do Bom Fim)⁷³

⁷³ Mulher, 30 anos, casada, grávida do primeiro filho, estudante. Entrevista realizada em 21 de novembro de 2015.

Acho que é o contato do produtor ao consumidor direto, sem intermediários. E obter o valor verdadeiro de sua produção, de seu trabalho (NC Feira do Menino Deus)⁷⁴

Tu tens a oportunidade de estabelecer uma relação com eles, tu tens oportunidade de pagar um valor mais justo, eles vão receber um valor mais justo, senão eles vão ser explorados, os caras compram deles não pagam nada, sabe? Aí quem é o atravessador é que ganha e eles não ganham nada. Daqui a pouco aquilo que eles ganham não cobre nem os custos. Nossa, para mim, assim; não deveria existir outra coisa, para mim assim; quanto mais direto possível for a relação melhor, tanto para o consumidor, tu vais consumir coisas mais frescas, eles colheram num dia e no outro tão ali te oferecendo, te disponibilizando. Nossa, nem poderia ser diferente. [...] O valor, eles têm a oportunidade de receber um valor mais justo. Eu não pechincho nada na feira, eu posso olhar e dizer “não, dá para o meu bolso” e não comprar, mas eu não peço desconto em feira, eu sei o trabalho que dá, eu cresci lá, eu sei o custo que dá. Tu plantas um monte de coisa, chove, dá uma chuva de pedra e perde tudo. (MM feira do Bom Fim)⁷⁵

Ao consumirem tais produtos, reina o entendimento, por parte dos consumidores, de que outros artigos são preteridos. Isso decorre, por um lado, da percepção de que os produtos ecológicos são mais duráveis por serem mais frescos. Por outro lado, quando o ato de comprar na feira se transforma numa experiência cognitiva, o processo de aprendizagem não se interrompe e se amplia através do tempo e em eventuais mudanças de hábito. Vejam-se os depoimentos a seguir:

E esses dias eu me dei conta de que a geladeira estava vazia, e aí bah,, tá na hora de fazer feira, já não tenho mais coisas, ou mesmo quando eu vou no super [supermercado], o que eu preciso comprar mesmo? Ah,, eu passo nos corredores, isso aqui não, isso também não. Eu compro ainda sabonete, xampu, material de limpeza[...]. Aí eu disse, daqui a pouco eu não vou comprar mais nada no super mesmo!!!(RG Feira do Menino Deus)⁷⁶.

Supermercado... olha eu não compro quase nada! Cada vez menos! Porque quando eu ainda era casada e meu filho estava em casa. Eu fazia ainda comida, eu tinha empregada! Ah é, tinha mais a empregada! Então claro, eu fazia carne né. Aí eles comiam carne. Então eu comprava no supermercado a carne. Mas daí desde que eu me separei, daí nesta época meu filho também não está mais em casa. Daí eu não preciso mais fazer carne, então eu não compro nada no supermercado (CV Feira do Bom Fim)⁷⁷.

⁷⁴ Mulher, 30 anos, casada, dona de casa, grávida do segundo filho. Frequenta a feira há 1 ano. Entrevista realizada em 28 de outubro de 2015

⁷⁵ Mulher, solteira, 57 anos, aposentada. Frequenta a feira há 26 anos. Entrevista realizada em 26 de novembro de 2015

⁷⁶ Mulher, 47 anos, casada, mãe de dois filhos, fisioterapeuta. Entrevista realizada em 18 de setembro de 2015

⁷⁷ Mulher, divorciada, administradora aposentada, 57 anos. Entrevista realizada em 09 de setembro de 2015.

As falas de nossos entrevistados servem, também, para desmistificar a tese de que os produtos orgânicos ou ecológicos, invariavelmente, possuem preços mais altos que os convencionais. Ainda que isso ocorra, em alguns casos, há outras formas de pensar que a discussão não pode ser reduzida ao binômio qualidade-preço. O debate transita por caminhos que transcendem os limites desse clássico, mas superado antagonismo.

4.7 Consumo Político e engajamento cívico

Uma das grandes questões, que marcaram o desenvolvimento desta pesquisa, foi, justamente, o sentido de examinar até que ponto estaria representado o comportamento de indivíduos que transformam o ato de comprar em uma forma de consumo político, descrito na literatura especializada, a exemplo do estudo de Portilho (2008) analisado anteriormente. Essa tendência corresponderia ao caso de consumidores que, através de suas escolhas, anseiam a transformação da sociedade através do exercício de uma consciência crítica e propositiva. As falas de parte de nossos entrevistados apontam claramente nessa direção:

Isto é determinante. É que aquela pessoa que tá lá no dia a dia. Que é trabalhoso!! De levar um produto de qualidade que eu sei, que eu vi. Ele que vai receber a recompensa disto. Então é uma forma de ser justa. De ser mais justa. Da relação que eu tenho. Porque consumidora a gente tem um papel. É que eu acho que a gente tem sempre ciente deste papel de consumo que nós temos. Então ser assim ser consciente! Talvez em muitas coisas eu não sou consciente. Mas se eu posso ser justa no sentido de dar a remuneração para a pessoa que está lá trabalhando de sol a sol. Se eu posso fazer isso, eu vou fazer isso. Diferente de pessoas. Quem tem uma grande rede de supermercados, tem um capital envolvendo. Eles fazem pressão, muitas vezes, pela força da compra deles. Então eles tão pressionando a pessoa que está lá a ganhar menos. Então se eu posso fazer diferente, eu vou fazer diferente (JC Feira do Bom Fim)⁷⁸.

Porque eu acho que do ponto de vista do agricultor, eu acho que este tipo de feira, que ele também bate no modelo econômico, ou seja, não tem um intermediário, é o produtor e o consumidor, eu acho que é um movimento mais solidário, menos exploratório, tanto pro consumidor, porque o modelo natural é assim, tu produz, o produtor está lá, tem um atravessador e depois o consumir, eu acho que esse é um modelo, as feiras também são um contraponto desse modelo, um outro mundo de negócios que é possível, onde ambos ganham, o produtor e o consumidor que paga o preço justo

⁷⁸ Mulher, 40 anos, casada, estudante doutoranda, mãe de uma filha. Entrevista realizada em 19 de setembro de 2015

pra quem realmente trabalha fortemente na produção, eu acho que tem a coisa desse modelo, eu acho que também nessa mesma linha assim aumenta a renda do produtor e a outra coisa que acho vai se formando uma consciência coletiva que nós temos que dá as ferramentas de produção da terra, da água os cuidados com o ambiente, eu acho que tem isso, isso é um contraponto do que fez a Revolução Verde na década de 70 que veio sobre alimentar o mundo, tem-se as extensões da terra, temos que botar a agricultura química (LZ Feiras do Bom Fim)⁷⁹.

O preço pode até não caber no bolso de todo mundo, mas no momento que tu consomes de um produtor, muitas vezes assentado, o que tu estás fazendo? Além do teu cuidado umbilical da tua saúde, tu estás também fazendo uma coisa social, tu estás cuidando do meio ambiente, tu estás viabilizando a permanência de um agricultor na terra. Muitos feirantes de feiras orgânicas só se viabilizam porque ele vem, pega a caminhonetezinha dele e vem e traz para Porto Alegre e ele vende ou ele faz a produção, comercialização, ele tem todos os meios, entre a produção dele e fazer chegar na mesa de alguém. Obviamente que isso vai agregar valor, não tem o atravessador, o terceirizado, então todo esse dinheiro fica pra ele, que viabiliza a permanência dele na terra, então é essa uma grande coisa que as pessoas não entendem e pode até ser que tenha valor a mais, mas muitas pessoas pagam por um valor a mais, a gente está numa fase que tem pessoas com poder aquisitivo ou com mais idade que sabem o quão importante é a qualidade, não adianta você economizar em supermercado comprando coisa envenenada e depois gastar em remédio (CS Feira do Menino Deus)⁸⁰.

Um aspecto relevante que transparece nas reflexões dos entrevistados é a preocupação com o impacto ambiental na produção e comercialização dos produtos. Esta questão é considerada como mais um dos motivos da escolha de comprar orgânicos na feira.

Eu já cuido pra comprar na feira justamente por isso, porque, ah, uma vez já andou um comentário dumas batatas que, putz, os caras plantavam no deserto, sabe, aí puxava, fazia toda uma irrigação, uma coisa milionária, pra ter umas batatas, e , às vezes, tu vai no super tu pergunta de onde é isso daqui, ninguém sabe te dizer, né, da onde é a maçã, da onde é...[...] Isso é importante, acho que, primeiro é a questão do transporte, né, além de tá poluindo, se vem muito de longe, de avião, sei lá, seja do que for, tem essa questão da poluição, questão do.., encarece, e aí, o produtor mesmo vai ganhar uma merreca, quem vai ganhar vão ser as pessoas que tão fazendo o transporte e, muitas vezes o transporte pega sol, pega, esquenta, a embalagem, daí, já libera o plástico que altera os hormônios, ou não sei o quê, não sei o quê. E....a questão econômica em si, de estar fortalecendo a economia regional, assim, acho (JP Feira do Menino Deus)⁸¹.

Podemos perceber no relato desta entrevistada – de 35 anos, mãe de dois filhos e professora – que todos os aspectos envolvidos no alimento que é adquirido

⁷⁹ Mulher, 56 anos, casada, auditora fiscal aposentada. Entrevista realizada em 15 de setembro de 2015.

⁸⁰ Homem, 55 anos, casado, fotógrafo, micro empresário. Entrevista realizada em 16 de setembro de 2015.

⁸¹ Entrevista realizada em 23 de novembro de 2015.

são percebidos e valorados no processo de escolha do consumidor. Aqui passam pela percepção da entrevistada questões como, impacto ambiental do transporte como sendo maior ou menor conforme a distância, bem como o impacto ambiental das embalagens, que poluem e contribuem para as intempéries (enchentes e degradação do ambiente). Neste sentido, a noção de risco e saudabilidade ganham cada vez mais visibilidade.

Há ainda outro aspecto que vale a pena ser sublinhado nesse ponto da análise, o qual diz respeito à atuação cívica dos consumidores. Com efeito, nas feiras do Menino Deus (quartas-feiras), normalmente há muitas crianças brincando no pátio ao redor da feira. Como já relatamos anteriormente, esta feira ocorre no pátio da Secretária Estadual da Agricultura. É um espaço amplo, arborizado, com alguns bancos, como se fora uma praça. Nesta feira vem crescendo o número de famílias que vão no início da tarde e lá permanecem até o cair do sol. Levam junto os filhos, marcam encontros com outras mães e amigos, fazem suas compras, e aproveitam para conversar com os produtores e feirantes, desfrutando da sopa que é oferecida ou fazendo um lanche na banca do café ou na banca dos sucos.

Como resultado deste costume, algumas pessoas apresentaram propostas para a organização desta 'feira de recreação', incluindo atividades como a hora da leitura, apresentação de teatro, etc., o que faz com que a cada quarta-feira tenham-se renovadas expectativas, na previsão de que haja alguma surpresa ou novidade para os frequentadores da feira, promovendo o fortalecimento da interação social. A Figura 25 reúne parte destas ações culturais de recreação que ocorrem junto a feira.



Figura 25: Arte e Cultura na Feira do Menino Deus.

Fonte: Acervo da autora (2015); Feira da Cultura Ecológica – Página do Facebook

Esse ambiente familiar é resultado da iniciativa de algumas mulheres que ficavam com seus filhos à tarde e que sentiram a necessidade de construir um espaço de vivência e de educação de seus filhos. Esse entendimento vislumbra a possibilidade de aproximação com o mundo rural, sobretudo de seu caráter bucólico, mas também de outros temas extremamente atuais, como é o caso das preocupações com a ecologia, sustentabilidade ou com a alimentação saudável. O depoimento de uma de nossas entrevistas exalta esse aspecto:

Não, na verdade quando eu comecei a fazer... passar as tardes ali na feira, por conta de dar conta de estar sendo mãe e estar ainda com as crianças, as crianças brincarem ali no espaço agradável com outras crianças, comendo coisas maravilhosas, na hora de ir embora lavava mão, pé e fazia um xixi, chegava em casa já dormindo, satisfeitos daquela tarde, aquilo me encantou completamente e eu numa naturalidade comecei a falar para muitas outras mães. As mães do jardim da escola das crianças e algumas pessoas nem sabiam que isso existia, - ah é, mas tem um lugar que as crianças podem brincar? Podem brincar e ali já vão comendo e a gente também toma juntas um chimarrão e se encontra, e isso existe, isso existe e é bom, é barato e está ali, ó, tem endereço certo e acontece semanalmente. Então isso foi muito fácil, as pessoas iam e se encantavam, facilmente eram engajadas por toda aquela atmosfera ali. Então, assim, e uma daí uma passa para a outra e quando vê já começou a criar oficinas e atividades para as crianças ali, se ocuparem ao longo da tarde que as mães faziam a feira, então daí uma coisa puxou a outra, uma coisa saudável e boa, vai convencendo facilmente e é verdadeira. A agricultura e essa relação de consumo que se estabelece por consequência de precisar escoar o produto é uma relação verdadeira, então isso por si só expande, tem brilho próprio. E eu sou uma convencida de ir ali, de passar aquela tarde (FG, representante dos consumidores Feira do Menino Deus quarta feira)⁸².

Por outro lado, ou “do outro lado da banca”, os produtores percebem a importância de contar com o apoio e presença de fiéis consumidores, e o quanto isto confere respaldo à sua atividade. Percebem, também, que seus consumidores estão atentos ao compromisso de abastecimento das pessoas e que valorizam um saber-fazer singular. O que queremos dizer com isso? O número de restaurantes e de armazéns especializados que procuram se abastecer na feira tem aumentado muito nos últimos anos. Mas, se por um lado, isto representa uma venda grande e rápida para o produtor na feira, por outro, há sempre o risco de ficar sem produto para o consumidor final que frequenta este espaço, ameaçando o futuro de uma relação que levou anos para ser construída. Estes fatos costumam acontecer vez ou outra e

⁸² Mulher, 35 anos, casada, mãe de 3 filhos e representante dos consumidores da feira do Menino Deus de quarta feira. Entrevista realizada em 14 de dezembro de 2015.

os produtores são alertados pela comissão das feiras, sendo um tema debatido seguidamente nas reuniões.

Consta no estatuto, no regimento de cada feira e no regulamento do conselho de feiras, que o objetivo deste equipamento público⁸³ é a venda direta do produto ao consumidor. Podemos observar, nos depoimentos de uma representante dos consumidores e dos produtores, o entendimento sobre esta questão, em que pese o cuidado de assegurar a relação de confiança entre os entes implicados:

Então eles sabem [os produtores] que o grande poder deles de colocar um preço bom, um preço justo assim, mas é quando é a relação direto com o consumidor, essa relação é muito preciosa por causa disso, ali se estabelece uma relação de confiança, de direto, aquela mão mesma que plantou é a mão que está agora servindo isso, esse estreitamento da relação, essa forma direta de se relacionar, essa é a melhor delas e essa é impagável, essa fideliza a criatura. E aí mesmo, então é isso [...]. Mas eles têm, às vezes, excesso de produção e daí eles escoam para alguns restaurantes, que agora cresce o número de restaurantes que procuram produtos orgânicos, mas eles tão atentos a isso, eles sabem que eles não... tem que contemplar em primeiro lugar sempre a disponibilidade para o consumidor da feira. (FG representante dos consumidores da Feira Menino Deus quarta feira)⁸⁴.

A nossa feira é para o consumidor urbano. É o fim e o início deste processo. Não é para o armazém ou para o restaurante. Bom, se eles querem e a gente tem produto, tudo bem. Mas quem sabe eles ligam e encomendam da gente? Daí quando a gente vem na feira traz para eles separado. Não vai deixar ali a amostra e o meu consumidor chega ali e não pode escolher porque - não, este está reservado! Isto não pode! O consumidor tem que chegar e ter o direito de escolher o que tem ali. A feira é para ele. (PL. Produtor da feira FAE Bom Fim)⁸⁵.

É como eu sempre digo, é um processo. O Agricultor vai lá trabalhar a terra produzir e trazer o fruto desta terra, deste trabalho, para o parceiro urbano. Eu não digo consumidor, eu prefiro o parceiro urbano, o beneficiário deste processo. Porque neste processo, um não consegue existir e se desenvolver sem o reconhecimento, a confiança do outro. (JP Produtor feira FAE Bom Fim)⁸⁶.

Como podemos perceber, os relatos dos entrevistados estão embebidos do discurso da solidariedade, da causa da produção orgânica, de uma consciência cívica de transformação e de justiça. São consumidores que expressam a sua vontade de atuar, de serem partícipes na transformação da sociedade em que vivem. Eles entendem que ao consumirem os produtos na feira assumem uma

⁸³ A SMIC e alguns entrevistados se referem às feiras como "equipamentos feira".

⁸⁴ Mulher, 35 anos, casada, mãe de 3 filhos e representante dos consumidores da feira do Menino Deus de quarta feira. Entrevista realizada em 14 de dezembro de 2015.

⁸⁵ Produtor da feira FAE do Bom Fim membro do conselho de feiras. Entrevista em 16 de outubro de 2016.

⁸⁶ Produtor da feira FAE do Bom Fim membro do conselho de feiras. Entrevista em 21 de agosto de 2016.

posição solidária com o produtor, promovendo uma forma de comercialização que considerem mais justa e que cause menos impactos no meio social que habitam. Por outro lado, os produtores-feirantes percebem a força que podem encontrar no consumidor urbano para a defesa da sustentabilidade e da agroecologia. Nossos entrevistados são enfáticos em relação a esses aspectos:

E quando uma comunidade quer uma feira e acolhe a feira, é o ambiente ideal para esta relação e para esta feira só crescer! É isso! (JP Produtor FAE Bom Fim)⁸⁷.

Há dez anos atrás fizemos um plano diretor da feira. E contemplamos alguns espaços como espaço de convívio! Que é muito importante na feira também! Os parceiros urbanos vêm na feira e também querem conviver entre eles, entre eles e nós, nós também. E se a gente, tudo é comércio, tudo é corredor, a feira seca! Seca humanamente né!! VS – Dai ela deixa de ser feira para ser mercado! (PL e VS Produtores Feira FAE Bom Fim)⁸⁸.

– Acho que é graças a esta forma da gente entender que a feira se constitui hoje em um espaço de grande biodiversidade né! E de grande abundância também! E desde o início a gente pensou nisto assim né. Que a gente teria que ter. Que a agricultura familiar, a agroecologia deve ser assim né! As propriedades têm que ter diversidade. Não tem que produzir uma coisa só! E a feira então, assim, hoje se vocês passearem pela feira assim, vocês vão ver que tem uma grande diversidade de tipos de produtos, de alimentos. E também de tipos humanos né? Desde o início a gente pensou nisto, de ter pessoas aqui de várias regiões, de várias etnias, de várias culturas né. Que a gente possa fazer deste espaço, da feira, não apenas um espaço de comércio. Que é assim, entende, uma feira. Não apenas um espaço de comércio, mas um espaço de, enfim, de convivência, de troca, né? Que o agricultor vai ali não apenas fazer uma venda. Mas trocar muito mais que isso, como o disse o J., né?. Eu acho que a vida é muito mais que só produzir e ganhar dinheiro! A vida é muito mais que isso. E a agroecologia, agricultura ecológica como a gente entende, ela é antes de mais nada uma opção de vida, um modo de vida. (PL Produtor feira FAE Bom Fim)⁸⁹.

Nestes relatos, os produtores falam para outros produtores que visitam a feira como eles entendem este lugar como um espaço de encontro, de compartilhamento, de diálogo e de afirmação da cultura, de diversidade e de exercício de cidadania. Rechaçam o reducionismo de que se trata de um simples lócus onde se desenvolvem operações de compra e venda de mercadorias tendo o dinheiro como base essencial da troca.

⁸⁷ Recepção da comissão da FAE aos agricultores de Maquiné. Relato do produtor de arroz membro da comissão sobre sua experiência na feira FAE. Relato obtido em 24 de outubro de 2015.

⁸⁸ Recepção da comissão da FAE aos agricultores de Maquiné. Dois produtores, membros da comissão da FAE, relatam suas experiências da feira FAE e dos consumidores. Relato obtido em 24 de outubro de 2015.

⁸⁹ Recepção da comissão da feira FAE aos produtores de Maquiné. Membro da comissão, produtor de Farroupilha relata aos visitantes sobre as relações e a diversidade da feira FAE. Relato obtido em 24 de outubro de 2015.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o ano de 2014 vivemos intensamente a atmosfera das feiras ecológicas de Porto Alegre, mais precisamente as feiras dos bairros do Bom Fim e do Menino Deus. Esse convívio se intensificou, no segundo semestre de 2015, em meio à realização do trabalho de campo, onde a missão de investigar, em diversos momentos, se confundiu com a condição de assídua frequentadora das feiras e de entusiasta de uma causa inegavelmente relevante nos dias atuais. Esse aspecto, mais do que limitar o escopo da pesquisa diante do imperativo de preservar o necessário distanciamento com o objeto, contribuiu, outrossim, para facilitar o contato com os atores sociais e estreitar uma relação que incluiu o convite para participar dos mais diversos tipos de atividades de trabalho, além de atividades lúdicas e celebrações atinentes à comunidade que vive o dia a dia da feira.

Uma das observações mais contundentes do sociólogo alemão Ulrich Beck, em suas reflexões sobre a sociedade contemporânea, é no sentido de reafirmar que a produção social da riqueza está inexoravelmente ligada à produção social dos mais diversos tipos de riscos, que por seu turno, são democráticos, atingindo a todos os indivíduos, ainda que em graus diversos. No rol destes riscos estão, por exemplo, as catástrofes nucleares, a instabilidade do mercado financeiro, as pandemias ou mesmo a atual crise migratória mundial decorrente da exacerbação do radicalismo religioso na África, Ásia e Oriente Médio. Neste espectro, a questão da alimentação ocupa um lugar destacado. Os escândalos decorrentes de adulterações, falsificações, maquiagens de produtos, contaminações e envenenamentos contam-se às dezenas em todo o mundo, sendo que alguns deles alcançam dimensões planetárias, como no caso das reações produzidas pela expansão incessante da produção e consumo de produtos transgênicos.

Ao comentar sobre a obra de Beck, Guivant (2001) refere-se, apoiada em outros autores (MOL e SPARGAAREN, 1993), às críticas que sofre o sociólogo alemão por ser considerado um teórico catastrofista. Não obstante, ainda segundo Guivant (2001, p. 12), encontramos “ante a manifestação de Beck sobre a necessidade de uma subpolítica para encaminhar as transformações que ele vislumbra como necessárias”. A descrença dos consumidores nos chamados “sistemas peritos” e na própria atuação do Estado enquanto instituição promotora da segurança e proteção dos indivíduos alimenta o ambiente de incertezas e instiga as pessoas a lidar com as dificuldades e tomar o destino em suas mãos.

Tanto Beck quanto Giddens reafirmam a tese de que estamos vivenciando a emergência de novas formas de solidariedade, descoladas claramente da ideia de classe ou categoria social, solidariedade essa que surge em meio à percepção da falência do Estado de bem-estar social do ponto de vista de assegurar a segurança e as mais diversas garantias prometidas aos cidadãos. Ao delimitar o escopo dessa pesquisa evidenciamos tais elementos, assim como as escolhas que pautaram o recorte de realidade. No desenho do problema de pesquisa inspiramo-nos no estudo de Portilho (2005), que considera que a soberania do consumidor, apregoada pela ascensão do neoliberalismo, estaria se movendo na direção de uma cidadania do consumidor onde o ato de consumir converter-se-ia numa ativa prática social, política e ecológica. Nosso esforço foi justamente o de examinar se, e em que medida, essa tendência se expressa no comportamento das pessoas que frequentam as feiras ecológicas de Porto Alegre, os quais, como ficou demonstrado, dividem com os produtores-feirantes o protagonismo desse peculiar sistema de abastecimento urbano da capital gaúcha. Outra das questões propostas era saber se as pessoas que se abastecem nas feiras seriam portadoras de valores como a sustentabilidade, a solidariedade, a defesa do compromisso com a preservação da natureza e de apoio à agroecologia.

As hipóteses foram concebidas dentro do espírito de buscar respostas possíveis e antecipadas ao problema formulado e não como um mero exercício de aceitação ou refutação de seu conteúdo. Nesse sentido, estamos plenamente convencidos de que as pessoas que frequentam as feiras ecológicas de Porto Alegre se identificam fortemente com o compromisso de apoiar essa forma de agricultura e simultaneamente estabelecer uma aliança ética com os agricultores. Os depoimentos colhidos só fizeram confirmar esse entendimento. A gratidão e o

reconhecimento dos consumidores sobre o papel social dos agricultores é recorrente nas falas dos entrevistados e reconfirmada pelos agricultores quando valoram a percepção das pessoas com as quais semanalmente interagem.

Ao analisar os dados e informações prestadas pelos nossos entrevistados vimos claramente evidenciados os traços que identificam um perfil diferenciado de consumidor. Nada menos que 60% dos entrevistados possuem uma renda familiar compreendida entre cinco e dez salários mínimos. Todavia, mais importante que a renda familiar é preciso sublinhar o elevado nível de escolaridade das pessoas, considerando que 70% dos entrevistados possuem formação universitária completa e/ou pós-graduação. Esse perfil de consumidor não pode ser visto apenas como argumento explicativo para compreender um maior nível de exigência e rigor em relação à qualidade do alimento consumido. Em verdade, o grau mais elevado de conhecimento e instrução enseja uma postura propositiva que se volta à construção de pactos mais amplos com a preservação da biodiversidade para a atual, mas especialmente para as futuras gerações.

Vimos igualmente confirmada a hipótese de que o consumidor das feiras busca o bem-estar e qualidade de vida para si e para os seus, apostando na ideia de que é crucial valorizar a origem ou procedência do alimento adquirido nesse espaço. A memória gastronômica das pessoas é acionada em diversos momentos, ainda que no caso das pessoas que tenham origem agrícola ou rural ela assume uma conotação fortemente atávica e por vezes romantizada. Seguramente essa questão deveria ser examinada com maior profundidade a partir do estudo sobre representações sociais do rural que alimenta as falas de nossos entrevistados. Sobre esse aspecto, a presente pesquisa corroborou outros estudos, como o de Sacco dos Anjos, Godoy e Caldas (2005) que mencionam que as feiras são vistas, no imaginário dos que a frequentam, como uma espécie de ponte entre a cidade e o campo, além de uma modalidade de canal curto de comercialização que funciona dentro de uma lógica bastante peculiar.

Efetivamente as relações contraídas entre consumidores e feirantes são regidas por valores como fidelidade, confiança e reciprocidade, diferenciando-se, sensivelmente, da lógica imperante nas demais formas de abastecimento urbano. Confirmamos, portanto, a quarta hipótese dessa pesquisa. Por outro lado, vimos fortalecida a premissa de que as feiras ecológicas exprimem claramente o engajamento cívico de que trata a literatura internacional ao referir-se às redes

agroalimentares da contemporaneidade e ao protagonismo de uma cidadania ativa e comprometida com as grandes questões de nosso tempo. São pessoas que reconhecem o trabalho do agricultor e feirante agroecológico como um ator chave nesse processo de transformação social.

Como vimos, as feiras ecológicas de Porto Alegre iniciaram pela ousadia de um grupo pessoas, ligado ao que se convencionou chamar movimento contracultural, no auge dos anos 1970. Existem hoje seis feiras distribuídas na capital gaúcha além de outras iniciativas de grupos de produtores que se organizam para a venda de seus produtos em espaços eventuais como feiras, festas populares, etc.

A regulação das feiras corre a cargo da “Secretaria da Produção, Indústria e Comércio” (SMIC) de Porto Alegre, incluindo o caso das feiras ecológicas que seguem uma normativa governamental que requer registro junto ao MAPA para comercializar produtos desse gênero. A criação do Conselho de Feiras envolve diferentes instâncias e atores sociais (representantes do município e do estado, como é o caso da Emater, além dos produtores e consumidores de cada feira) apresenta avanços e melhorias para o desenvolvimento das feiras ecológicas. O envolvimento dos consumidores nas deliberações do Conselho de feiras é um processo novo que tende a acrescentar um olhar diferenciado sobre o funcionamento das feiras.

Se, por um lado, essa participação ajuda a atuação do Conselho de Feiras aos olhos dos produtores e organizadores das feiras, diante do claro engajamento das pessoas, para a administração pública este fato, segundo pudemos constatar, representa uma novidade do ponto de vista institucional. Observamos que há um maior espaço nas reuniões e deliberações para as demandas dos consumidores.

Concluimos que o espaço das feiras ecológicas de Porto Alegre é um ambiente de efervescência, de trocas, aprendizado e atuação política em favor das grandes causas da atualidade (aquecimento global, combate aos desperdícios e à contaminação ambiental etc). Como relata uma entrevistada “o mundo passa pela feira”. O fortalecimento da causa da agroecologia se retroalimenta na interrelação face a face estabelecida no espaço da feira e entre os atores sociais que dela participam.

No interior das feiras se fortalece a identidade do produtor e feirante agroecológico, mas também do consumidor que é um cidadão sintonizado com os

desafios do tempo presente. Concordamos com Columé (2014) quando afirma que os consumidores, ao utilizarem os bens materiais como estratégias para intervir nas arenas políticas ou econômicas, contribuem para engendrar uma revolução de baixo para cima, refletindo tanto a manifestação de um novo estilo de vida quanto à própria natureza da participação política.

Acreditamos que as feiras ecológicas de Porto Alegre representaram, em sua origem, um movimento de vanguarda no sentido de contestar uma forma de agricultura baseada no uso de produtos de síntese (adubos químicos, agrotóxicos e mecanização intensiva), assim como os seus impactos deletérios. A agricultura produtivista segue sendo apoiada pelo Estado brasileiro às custas de apoios creditícios, sobretudo quando se trata de produtos de exportação. Todavia, cresce também a percepção do risco inerente ao consumo de produtos vendidos nas grandes superfícies de varejo de origem desconhecida e cujos processos de produção vêm sendo crescentemente questionados.

As feiras ecológicas de Porto Alegre devem ser vistas hoje como um espaço social rico que espelha as transformações inerentes à sociedade moderna, onde uma militância silenciosa exerce seu poder de escolha e de apoiar uma causa indiscutivelmente nobre. As ações desencadeadas no cotidiano estão em sintonia com o movimento ecologista existente no hemisfério norte (Europa e Estados Unidos). As feiras representam um palco de lutas pela causa da ecologia, do consumo sustentável e político, bem como do estreitamento dos laços que unem produtores e consumidores.

A institucionalização das feiras ecológicas perpassa pela legitimação do Conselho de Feirantes como um ator social coletivo, mas também pela capacidade dos produtores e dos consumidores de construir pontes e de consolidar os espaços conquistados na relação com o poder público municipal e com a coletividade.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Jalcione. **A construção social de uma nova agricultura:** tecnologia agrícola e movimentos sociais no sul do Brasil. Porto Alegre: Ed. Universidade UFRGS. 1999. 215p.

ANGROSINO, Michael. **Etnografia e observação participante.** Porto Alegre: Artmed, 2009. 130 p.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo.** Rio de Janeiro: ZAHAR. 2004.68 p.

_____. Feijão com arroz e arroz com feijão:o Brasil no prato dos brasileiros.**Horizontes Antropológicos.**Porto Alegre, ano 13, nº 28, p. 87-116, jul/dez.2007.

_____. Tendências da alimentação contemporânea In: PINTO, Michele de Lavra; PACHECO, Janie K. **Juventude, consumo e educação 2.**Porto Alegre: ESPM. p.15-64.2009.

BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas, In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (Org.) **Cultura Consumo e Identidade,** Rio de Janeiro: FGV. p.21-44, 2006.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de consumo,** Lisboa: EDIÇÕES 70. 2014.271p.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida líquida,** Rio de Janeiro: ZAHAR. 2007. 210p.

BECK, Ulrich. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. *In:* GUIDDENS, Anthony; BECK, Ulrich; LASCH, Scott. **Modernização**

Reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna. Trad. Magda Lopes. 2ª.ed. São Paulo: UNESP. 2012. p. 11-88.

BECKER, Howard. Problemas de inferência e prova na observação participante. In: **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Hucitec, p.47-64. 1999.

BECKER, Cláudio. **Mercados Institucionais e Consumo Social de Alimentos:** Estudo comparativo entre Rio Grande do Sul e Andaluzia. 2014. 197 f. Tese (Doutorado em Agronomia) – Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar. Faculdade de Agronomia. Universidade Federal de Pelotas, 2014.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade**. 35ª ed. Petrópolis: VOZES. 2013. 239 p.

BETTI, Patrícia; FENIMAN, Eduardo; SCHNEIDER, Thais; NIEDERLE, Paulo A. O consumo politizado como resposta à crise socioambiental: as justificativas sociais da compra de orgânicos em Feiras-livres de Curitiba. In NIEDERLE, Paulo A.; ALMEIDA, Luciano; VEZZANI, Fabiane M (Org.) **Agroecologia:** práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura, Curitiba: KAIRÓS. 2013. p. 267-296.

BRANDENBURG, Alfio. Movimento Agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas. In: 1º Encontro da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade (ANPPAS). **Anais...** Nov./2002. Indaiatuba, São Paulo. Disponível em: http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro1/gt/agricultura_meio_ambiente/Alfio%20Brandenburg.pdf Acesso em: 23 de maio de 2014.

BRASIL. Ministério do desenvolvimento Agrário. **Programa de Aquisição de Alimentos**. Disponível em: www.mda.gov.br/sitemda/secretaria/saf-paa/sobre-o-programa. Acesso em: 04 de junho de 2015.

BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental. **O que o Brasileiro pensa do meio ambiente e do consumo sustentável** – Pesquisa Nacional de Opinião: principais resultados/ Ministério do Meio Ambiente, Secretaria de Articulação Institucional e Cidadania Ambiental. – Rio de Janeiro: Overview, 2012. 82 p. Disponível em: www.mma.gov.br/publicacoes/responsabilidade-socioambiental/category/90-producao-e-consumo-sustentaveis Acesso em: 22 de maio de 2015

CALDAS, Nádia V. **A certificação de produtos Orgânicos no Brasil e na Espanha**. Pelotas: Ed. Universitária UFPEL, 2013. 262 p.

CANCLINI, Nestor G. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 6º ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2006. 228 p.

CAMPBELL, Colin. **A Ética romântica e o espírito do consumismo moderno**, Trad. Mauro Gama. Rio de Janeiro: Rocco, 2001. 400 p.

CARVALHO, Isabel C. Moura. **A invenção do sujeito ecológico: sentidos e trajetórias em educação ambiental**. 2001. 349f. Tese (Doutorado em Educação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Programa de Pós-Graduação em Educação. 2001.

CELLARD, André. A análise documental. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Trad. Ana Cristina Nasser. 2 ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2010. p. 295-316.

COLUMÉ, Felipe da Luz. Participação política via consumo: os vínculos históricos entre movimentos associativos, cooperativos e de comércio justo e o consumerismo. **Revistas Unissinos- Outra Economia**. Vol. 7, nº13, jul.-dez. 2013, p. 121-132. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/outraeconomia/article/view/outra.2013.713.02>> Acesso em: 18 de novembro de 2014.

COSTA, Ana Clara; KROEHN, Márcio. Fraude alimentar deixa consumidores de mãos atadas. **Revista VEJA.com**. Economia, 17 de fevereiro de 2013. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/economia/fraude-alimentar-deixa-consumidores-de-maos-atadas/>> Acesso em 22 de maio de 2015

DAROLT, Moacir R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, Paulo A.; ALMEIDA, Luciano; VEZZANI, Fabiane M (Org.) **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**, Curitiba: KAIRÓS. 2013 p.139-170.

DESLAURIERS, Jean Pierre; KÉRESIT, Michèle. O delineamento da pesquisa qualitativa. In: POUPART, Jean; DESLAURIERS, Jean Pierre et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Trad. Ana Cristina A. Nasser. Petrópolis. Vozes. 2010. p. 127- 153.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Trad. Plínio Dentzien. 2º ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013 296p.

DUARTE, Gisela L. **Estratégias de diferenciação de produtos agroalimentares: estudo comparativo entre o arroz orgânico “Amigo do Taim” e o arroz agroecológico “Terra Livre”**.2014.167f. Tese(Doutorado em Agronomia) – Programa de Pós-Graduação em Sistemas de Produção Agrícola Familiar, Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas. 2014.

GARCIA, Maria C. **Experiências brasileiras com Sementes Crioulas relato de uma viagem (bio)diversa**. 2004. Disponível em: <http://www.midiaindependente.org>>Acesso em: 24 de maio de 2014.

GIBBS, Graham. **Análise de dados qualitativos**. Porto Alegre: Artmed: 2009. 198p.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da Modernidade**. Trad. Raul Fiker. São Paulo: UNESP,1991.194 p.

_____. A vida em uma sociedade pós-tradicional, In GIDDENS, Anthony; LASCH, Scott; BECK, Ulrich. **Modernização Reflexiva: Política, tradição e estética na ordem social moderna**. Trad. Magda Lopes. 2ª.ed.São Paulo: UNESP. 2012 p. 89-166

_____. **Modernidade e identidade**. Trad. Plínio Dentzien. Rio de Janeiro: Zahar. 2002.235p.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo. Atlas, 2009.200p.

GRAZIANO DA SILVA, José. **A Modernização dolorosa: Estrutura agrária, fronteira agrícola e trabalhadores rurais no Brasil**. Rio de Janeiro: Zahar.1982.192p.

GUIVANT, Julia. A teoria da sociedade de risco de Ulrich Beck: entre o diagnóstico e a profissão. **Estudos Sociedade e Agricultura**. p.95-112. 16 de abril de 2001. Disponível em: <http://r1.ufrj.br/esa/V2/ojs/index.php/esa/article/view/188>>Acesso em: 02 de março de 2015.

HAGUETTE, Teresa Maria Frota. **Metodologias Qualitativas na Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1987.163p.

IDEC - INSTITUTO BRASILEIRO DE DEFESA DO CONSUMIDOR. **Instituto Nacional do Câncer declara: agrotóxicos podem causar infertilidade, importância, abortos, malformações, desregulação hormonal e câncer**, 16/04/2015. Disponível

em: <<http://www.idec.org.br/em-acao/em-foco/instituto-nacional-do-cancer-declara-agrotoxicos-podem-causar-infertilidade-impotencia-abortos-malformacoes-desregulacao-hormonal-e-cancer>> Acesso em: 24 de maio de 2015.

INSTITUTO NACIONAL DO CÂNCER (INCA). **Posicionamento público a respeito do uso de agrotóxicos**. Disponível em: <http://www1.inca.gov.br/inca/Arquivos/comunicacao/posicionamento_do_inca_sobre_os_agrotoxicos_06_abr_15.pdf> Acesso em: 23 de maio de 2015.

INSTITUTO KAIROS. **Desenvolvimento e formação de Grupos de Consumo Solidário (GCs)**. Disponível em: <www.intitutokairos.net/biblioteca> Acesso em: 27 de abril de 2015.

JACOBI, Pedro. Movimento Ambientalista no Brasil. Representação social e complexidade da articulação de práticas coletivas. *In*: RIBEIRO, W. (Org.). **Patrimônio Ambiental**. São Paulo: EDUSP, 2003. p. 519-543.

LIMA, Diana N.O.L. **Consumo uma perspectiva Antropológica**. Rio de Janeiro: VOZES. 2010 61p.

LOPES, Helen. Futuro da Coolméia é incerto. **Jornal Já**. Porto Alegre, 2007. Disponível em: <<http://www.jornalja.com.br/futuro-da-coolmeia-e-incerto>>. Acesso em: 18 de março de 2016.

MASCARENHAS, Thais S.; GONÇALVES, Juliana; BENSADON, Ligia S. Atuação de grupos de consumo responsável no Brasil: expressões de práticas de resistência e intercâmbios em rede. *In*: VII ENEC – Encontro Nacional de Estudos do Consumo. **Anais...set./2014**. Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.estudosdoconsumo.com.br/anais-eletronicos-enec/anaisdoenec/anais-do-vii-enec/>> Acesso em: 14 de março de 2015.

MENASCHE, Renata. Campo e Cidade, comida e imaginário: percepções do rural à mesa. **Ruris I**, São Paulo. vol.7, nº 2, p. 195-218, Ago./2009 – Fev./2010.

MILLER, Daniel. **Teoria das Compras**. São Paulo: NOBEL. 2002. 188 p.

_____. Consumo como cultura material. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, nº28, p.33-63, jul. Dez 2007.

MINTZ, Sidney. Comida e Antropologia: uma breve revisão. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo. Vol. 16, nº47, p.31-41, out./2001.

MOL, Arthur P. J.; SPAARGAREN, Gert. Environment, Modernity and the Risk-Society, the Apocalyptic Horizon of Environmental Reform. **International Sociology**, v.8, nº 4, p. 431-459, 1993.

NIEDERLE, André; ALMEIDA, Luciano. A Nova Arquitetura dos mercados para produtos orgânicos: o debate da convencionalização. *In*: NIEDERLE, Paulo A.; ALMEIDA, Luciano; VEZZANI, Fabiane M (Org.) **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**, Curitiba: KAIRÓS. 2013, p.23-68.

ORTIZ, Renato. A escola de Frankfurt e a questão da cultura. **Revista Brasileira de Ciências sociais**. Vol. 1., nº1. São Paulo. Jun./1986. Disponível em: http://www.anpocs.org/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=236:rbc-01&catid=69:rbc&Itemid=399> Acesso em: 26 de maio de 2015.

PICOLOTTO, Everton L; BRANDENBURG, Alfio. Sindicalismo da Agricultura familiar, modelos de desenvolvimento e o tema ambiental. *In*: NIEDERLE, Paulo A.; ALMEIDA, Luciano; VEZZANI, Fabiane M (Org.) **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**, Curitiba: KAIRÓS. 2013, p.105-138.

PIERRI, Maria Clara Q. M. A feira livre como canal de comercialização de produtos da agricultura familiar. *In*: 48º Congresso da SOBER. **Anais...** Campo Grande, 2010. Disponível em: <http://www.sober.org.br/palestra/15/234.pdf>> Acesso em: 20 de maio de 2015.

PISTELLI, Renata de S.S; MASCARENHAS, Thais S. **Caminhos para práticas de consumo responsável**: Organização de Grupos de Consumo sustentável. São Paulo: KAIRÓS. 2011. 35p.

PORTILHO, Fátima. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cadernos EBAPE.BR**, edição temática 2005. Disponível em: <http://www.ebape.fgv.br/cadernosebape/edicaotematica2005>; <http://www.scielo.br/pdf/cebape/v3n3a05>> Acesso em: 14 de junho de 2014.

_____. Consumidores de alimentos orgânicos: discursos, práticas e auto atribuição de responsabilidade socioambiental. *In*: 26ª Reunião Brasileira de Antropologia, **Anais...** Porto Seguro, 2008. Disponível em: http://www.abant.org.br/conteudo/ANAIS/CD_Virtual_26_RBA/grupos_de_trabalho/trabalhos/GT/fatima.portilho.pdf> Acesso em: 14 de junho de 2014.

_____. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: CORTEZ, 2010, 255p.

POUPART, Jean. A entrevista do tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. *In*:POUPART, Jean; DESLAURIERS, Jean Pierre et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos**. Trad. Ana Cristina A. Nasser. Petrópolis.Vozes.2010. p. 215-253.

RENTING, H.; MARSDEN, T. AND BANKS, J. Understanding alternative food networks: exploring the role of short supply chains in rural development. **Environment and Planning**, 35(3),p. 393-411, 2003.

ROVER, Oscar J. Agroecologia, mercado e inovação social: o caso da Rede Ecovida de Agroecologia. **Revista Unissinos – Ciências Sociais**, p.56-63. jan/abril de 2011.

RUCINSKI, Jeane; BRANDENBURG, Alfio. Consumidores de alimentos orgânicos em Curitiba. *In*: Encontro anual – Associação de Pós-Graduação e Pesquisa em Ambiente e Sociedade - ANPPAS, **Anais...** V. 1, 2002. Indaiatuba. Disponível em:<http://www.anppas.org.br/encontro_anual/encontro1gt/agricultura_meio_ambiente/Jeane%20Rucinski.pdf>Acesso em: 31 de agosto de 2014.

RUIZ, Carlos. El enfoque multimétodo en la investigación social y educativa: una mirada desde el paradigma de la complejidad. **Revista de Filosofía y Socio-política de la Educación**. Venezuela. Nº 8. Año4, p.13-28.2008.

SACCO DOS ANJOS, Flávio. **Agricultura familiar, pluriatividade e desenvolvimento rural no sul do Brasil**. Pelotas: EGUFPEL,2003. 374p.

SACCO DOS ANJOS, Flavio; GODOY, Wilson I. e CALDAS, Nádia v. **As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências**. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária – UFPEL, 2005. 195 p.

SACCO DOS ANJOS, F.; CALDAS, N. V. (Orgs.). **Para além da qualidade: trajetórias de valorização de produtos agroalimentares**. 1. ed. Chapecó: ARGOS, 2014a. v. 1. 239 p.

SACCO DOS ANJOS, F.; CALDAS, N. V. (Orgs.). **A construção social da qualidade na produção agroalimentar**. 1. ed. São Paulo: LiberArs, 2014b. v. 1. 198p.

SACCO DOS ANJOS, Flávio; CALDAS, Nádia V.; MARTIL, Graciela C.D. Redes alimentares alternativas, consumo crítico e processos de construção social de qualidade. In LEITE, Elaine S.; MASSAU, Guilherme C.; SOTO, Willian H.G. (Org.) **Teorias e Práticas Sociológicas**. São Paulo. MAX LIMONAD, 2016, p.125-142

SÁNCHEZ HERNÁNDEZ, J. L. Redes alimentarias alternativas: concepto, tipología y adecuación a la realidade española. **Boletín de la A.G.E.**, nº 49, 2009. P. 185-207.

SCHMITT, Claudia J.; GRISA, Cátia. Agroecologia, mercados e políticas públicas: uma análise a partir de políticas públicas In: NIEDERLE, Paulo A.; ALMEIDA, Luciano; VEZZANI, Fabiane M (Org.) **Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura**, Curitiba: KAIRÓS. 2013. p.215-266.

SCHULTZ, Glauco. **Relações com o mercado e (re)construção de identidades socioprofissionais na agricultura orgânica**. 2006. 280f. Tese (Doutorado em Agronegócios) - Programa de Pós-Graduação em Agronegócios, Centro de Estudos e Pesquisas em Agronegócios, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2006.

SCOTT, John. **Sociologia: conceitos-chave**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006. 248p.

SLATER, Don. **Cultura do Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel. 2001 216p.

SOUVEGETARIANO. **Encontre os alimentos mais saudáveis de sua cidade**. Feiras Orgânicas. Locais. Porto Alegre. Disponível em: <<http://souvegetariano.com/feiras-organicas/locais/>> Acesso em: 23 de maio de 2016.

TAU, Felipe. Caso Toddynho custará R\$ 420 mil de indenização à Pepsico. **Revista Exame.com**. São Paulo: Editora Abril. 21 de agosto de 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/negocios/noticias/caso-toddynho-custara-r-420-mi-de-indenizacao-a-pepsico-2>> Acesso em: 18 de junho de 2014.

TEIA ORGÂNICA. **Feira Ecológica do Bom Fim – Quadra 2**. Disponível em: <<http://www.teiaorganica.com.br/fornecedores-produtos-organicos/feira-ecologica-do-bom-fim-quadra-2>> Acesso em: 13 de fevereiro de 2016.

THOME, Clarissa. Instituto Nacional do Câncer afirma que não se trata de ‘achismo ou por questões ideológicas’, mas sim de evidências científicas. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 08 de Abril de 2015. Saúde. Disponível

em:<<http://saude.estadao.com.br/noticias/geral,inca-se-posiciona-pela-1-vez-pela-reducao-do-uso-de-agrotoxicos,1665873>> Acesso em: 23 de maio de 2015.

APÊNDICES

APÊNDICE A



Universidade Federal de Pelotas

Programa de Pós-Graduação em Sociologia

Projeto: *O produto agroalimentar revestido de significados: o consumo de alimentos orgânicos nas feiras ecológicas de Porto Alegre*

ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CONSUMIDORES

Data: _____ Hora: _____ Local da entrevista: _____

Nome do entrevistado: _____

Idade: _____ Ocupação: _____

1. Introdução dados familiares e pessoais

- a) Quantas pessoas moram na casa? Mora com quem? (breve descrição)
- b) É natural de onde? Há quanto tempo mora em Porto Alegre?
- c) Qual a sua escolaridade e dos seus pais? E da sua família?
- d) Qual a renda familiar? Quantas pessoas contribuem com a renda?
- e) Você trabalha? O que você faz?
- f) Participa de alguma associação, sindicato, cooperativa? De que tipo? Como participa?

2. Hábitos de compra

- a) Descrever a rotina de abastecimento de alimentos da casa. Quem compra? O que? Aonde? Com que frequência? Quanto gasta?
- b) Tentar identificar a dinâmica e os motivos de comprar nos diferentes canais. Explorar aspectos positivos e negativos que percebe em cada opção mencionada.
- c) Explorar “o que” do abastecimento, tentando identificar a importância que o entrevistado dá a cada item alimentar que ele mencionar (motivos)
- d) Costuma ler o rótulo dos produtos que compra? Procura saber origem, forma de cultivo, ingredientes, certificação ou não? – Identificar o conhecimento e relevância de cada item.

3. Feiras ecológicas

- a)** Há quanto tempo frequenta? Quais as feiras que frequenta? Com que frequência vem à feira? Quanto costuma gastar na feira? Por que vem nesta feira? – Identificar aspectos motivadores e críticas se houver
- b)** O que costuma comprar na feira? Como seleciona a banca que irá comprar? Seleciona? Quais critérios para comprar um mesmo produto em uma ou outra banca?
- c)** Qual a relação que tem com os feirantes? Conhece? O quanto? Como?
- d)** Já visitou algum produtor? Como? Quais motivos? O que considerou relevante nesta experiência (aspectos positivos e negativos)
- e)** Participa de alguma forma da feira? De que forma? (eventos, palestras, reuniões dos feirantes, divulgação,) Importância que atribui a isso?
- f)** Tem conhecimento de algum grupo de compra, associação de consumidores, compra virtual. Explorar conhecimento, envolvimento, expectativas, sobre cada um.

4. Conhecimento/ atitudes sustentáveis

- a)** Como se informa sobre questões de ecologia, meio ambiente – Explorar o que surgir.
- b)** Quais as atitudes, hábitos que conhece em prol do meio ambiente e sustentabilidade? Se identifica com quais? Como?
- c)** Você já modificou alguma atitude ou hábito por achar que contribuiria de alguma forma para questões como meio ambiente, sustentabilidade, consumo..
- d)** Qual a sua opinião sobre o papel do consumo em questões como meio ambiente, sustentabilidade, agricultura orgânica

APÊNDICE B



Universidade Federal de Pelotas

Programa de Pós-Graduação em Sociologia

Projeto: *O produto agroalimentar revestido de significados: o consumo de alimentos orgânicos nas feiras ecológicas de Porto Alegre*

ROTEIRO DE ENTREVISTA COM PRODUTORES DAS FEIRAS

Data: _____ Hora: _____ Local da entrevista: _____

Nome do entrevistado: _____

Idade: _____ Cidade de origem: _____ Feira: _____

Associação a que pertence: _____

- 1) Qual a sua escolaridade? Quantas pessoas moram na sua casa? Escolaridade, atividade de cada membro da casa, parentesco? Quantos participam das atividades de produtor? De que forma? Origem da família? Natural de onde? Os pais também eram produtores?
- 2) Há quanto tempo é produtor desta feira? O Que produz para a feira? Como começou? Sempre trabalhou com orgânicos? Quando começou? Por quê? História:
- 3) Participa de outras feiras em Porto Alegre? Quais? E em seu município? Quais outras maneiras de comercialização que utiliza para a sua produção? Identificar, cooperativas, lojas especializadas, compras institucionais, etc. O quanto cada um destes canais de comercialização representam no orçamento da família
- 4) Qual o seu grau de envolvimento com a organização da feira? Com a Associação à que pertence? – Identificar, funções, organização, atividades desenvolvidas, grau de participação e trocas entre associados.
- 5) Como percebe os consumidores? Qual o grau de relação? Frequência? Fidelização? Percebe em seus consumidores conhecimento do discurso da agricultura agroecológica? De que forma? Costumam trocar informações com seus consumidores? De que tipo?
- 6) Já recebeu visita em sua propriedade de consumidor ou grupo de consumidor para conhecer o modo de cultivo e a propriedade? Como foi?
- 7) Existe consumidores que conheça, nesta feira, ligados a grupo de consumo do tipo de venda por internet? Entrega de sacolas, compras em grupo? Tentar identificar cada.

ANEXOS

ANEXO A

Eleição dos Conselheiros Feirantes do Conselho de Feiras

Conselho de Feiras Ecológicas toma posse

08/06/2015 08:01:07

Foto: Agnese Schiffino/Divulgação PMPA



As seis feiras ecológicas de Porto Alegre são coordenadas pela Smic

Os integrantes do Conselho de Feiras Ecológicas (CFE) de Porto Alegre serão empossados nesta segunda-feira, 8, para o período de 2015 a 2017. O ato está marcado para as 14 horas, no Centro Agrícola Demonstrativo (CAD) da Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio (Smic), na estrada Bérico Bernardes, 2939, Viamão.

As seis feiras de Porto Alegre são coordenadas pela Smic, que também integra o Conselho de Feiras Ecológicas.

Confira o endereço, dias e horários das Feiras Ecológicas aqui.

Novos conselheiros titulares e os respectivos suplentes

Bom Fim - Quadra 1
Titular - Vilson Luiz Stefanoski
Suplente - Antônio Miguel Schommer

Bom Fim - Quadra 1
Titular - Edmar Moreira Coelho
Suplente - Jonato Moreira Coelho

Bom Fim - Quadra 1
Titular - Edson Marcelo Gonçalves Garcia
Suplente - Alexandre Taro Hattori

Bom Fim - Quadra 2
Titular - Mario de Carvalho Ozorio
Suplente - Henrique Oliveira Strehl

Bom Fim - Quadra 1
Titular - Edson Marcelo Gonçalves Garcia
Suplente - Alexandre Taro Hattori

Bom Fim - Quadra 2
Titular - Mario de Carvalho Ozorio
Suplente - Henrique Oliveira Strehl

Bom Fim - Quadra 2
Titular - Shivanande Ruiz Tagle Braga
Suplente - João Kniest

Bom Fim - Quadra 2
Titular - Salvador Rosa de Lima
Suplente - Eliane Roseli Matter da Silva

Bom Fim - Quadra 2
Titular - Achilles Armando Krüger
Suplente - Ruben Antonio Poerschke

Bom Fim - Quadra 2
Titular - Mary Angela Fernandes Ferreira
Suplente - José Carlos Correa Eschiletti

Menino Deus – Quarta-feira
Titular - Geferson Schmitz
Suplente - Rubeson Nunes Pergher

Menino Deus – Sábado
Titular - Regina Ludmila Mielniczuk de Moura
Suplente - Cladir Antônio Hochmann

Tristeza
Titular - Valdomiro Silveira dos Santos
Suplente - Idemar da Rocha Nunes

Três Figueiras
Titular - Emerson Coutinho Chassot
Suplente - Luiz Carlos da Silva Pizzolotto

Petrópolis
Titular - Arnaldo Soares Borges

/feiras /smic

Texto de: Agnese Schiffino
Edição de: Jandira Davila Feijó
Autorizada a reprodução dos textos, desde que a fonte seja citada.