

ETHOS E A CARTOGRAFIA SOCIAL DE FEIRAS AGROECOLÓGICAS EM RECIFE-PE

ETHOS AND THE SOCIAL CARTOGRAPHY OF AGROECOLOGICAL FAIRS IN RECIFE-PE

Autor: Éder Lira de Souza Leão

Filiação: Departamento de Ciências do Consumo – Universidade Federal Rural de Pernambuco

E-mail eder.leao@ufrpe.br

Grupo de Trabalho (GT): 10. Abastecimento, segurança alimentar e nutricional e dinâmicas de consumo

Resumo

O presente estudo analisou as práticas sociais e vivências dos agricultores familiares nas feiras agroecológicas do Recife, empregando a teoria da sociologia figuracional de Elias e a metodologia da cartografia social para compreender as dinâmicas de trocas, comercialização, interações e consumo. Seis feiras foram selecionadas para observação direta, entrevistas com agricultores e consumidores. Destacou-se o papel dos consumidores como impulsionadores da economia local e da adoção de práticas agroecológicas. A análise fundamentada na teoria da dádiva e da sociologia figuracional aprofundou a compreensão das trocas presentes nos espaços estudados, tanto econômicas quanto não-econômicas. Este estudo contribuiu para a compreensão das feiras agroecológicas como locais de construção de relações sociais e práticas sustentáveis, ampliação de espaços de abastecimento e consumo de alimentos saudáveis, e também enfatiza a importância do apoio comunitário para fortalecer essas iniciativas e promover uma agricultura mais justa e consciente.

Palavras-chave: Feiras agroecológicas; Agricultores familiares; Sociologia figuracional; cartografia social; Consumo sustentável.

Abstract

The present study examined the social practices and experiences of family farmers at the agroecological fairs in Recife, employing Norbert Elias' figurational sociology theory and social mapping methodology to understand the dynamics of exchanges, marketing, interactions, and consumption. Six fairs were selected for direct observation, interviews with farmers, and consumers. The role of consumers was highlighted as drivers of the local economy and the adoption of agroecological practices. The analysis, grounded in the theory of gift-giving and figurational sociology, deepened the understanding of the exchanges present in the studied spaces, both economic and non-economic. This study contributed to understanding agroecological fairs as places for building social relations and sustainable practices, expanding spaces for the supply and consumption of healthy food, and also emphasized the importance of community support to strengthen these initiatives and promote a more fair and conscious agriculture.

Keywords: Agroecological Fairs; Family Farmers; Figurational Sociology; Social cartography; Sustainable Consumption.

1. Introdução

Neste artigo apresentamos as observações e análises das práticas e experiências de um estrato de uma pesquisa sobre o ethos e modelos de cartografia social das feiras e espaços de comercialização agroecológica de Recife-PE selecionados para o estudo. Buscamos compreender suas práticas sociais e como estas mudaram a percepção dos agricultores familiares. Utilizamos as observações de campo, conversas e entrevistas com lideranças e agricultores de referência de cada feira, bem como alguns consumidores e atores institucionais. A partir desses depoimentos, visitas de observação e com base na sociologia figuracional (Elias, 1994a, 1994b, 2006; Elias; Scotson, 2000), teoria da dádiva (Caillé, 1998, 2006, 2009; Mauss, 2003; Martins, 2005, 2016) e agroecologia (Caporal; Costabeber, 2004, 2007; Altieri, 2004), analisamos as relações sociais e práticas nas feiras e as trocas

(econômicas e não-econômicas). Também discutimos como os produtores e suas famílias podem ter mudado e compreendido a agroecologia como forma não apenas de produzir e gerar renda, mas de realizar novas figurações.

Esses papéis e práticas dos agricultores familiares observados nas feiras precisam estar desenhados num esquema para termos uma primeira visualização acerca do funcionamento e apresentar um parâmetro para os resultados neste estudo. Por isso, utilizamos também o recurso gráfico das cartografias sociais para verificar e compreender os laços dos atores que participam dessas feiras, bem como os elementos interdependentes e solidários que compõem o ethos social dos agricultores-feirantes.

O ethos é abordado nesse estudo com as práticas e relações desses agricultores no espaço da feira agroecológica. Também será considerado como suas relações fora da feira contribuem para a constituição de suas práticas, pois eles estão em constante interação com o rural (local de vida e trabalho) e urbano (local onde escoam os bens produzidos e constroem novas relações).

Esse ethos dos produtores de base agroecológica, na perspectiva de Elias, adquire particularidades à medida em que se espalha horizontalmente incluindo indivíduos e grupos heterogêneos, contribuindo para uma cultura de consumo de produtos agroecológicos de caráter original. Compreender o ethos do produtor familiar de base agroecológica a partir da sociologia figuracional de Elias nos abriu a oportunidade de visualizar melhor sobre o desenho sociológico da feira e de como se realizam os rituais de trocas em contexto socialmente e comunitariamente tão heterogêneo.

O conceito de “ethos” se revelou importante para situar esta cultura de comércio e consumo ecológico que se instala na cidade do Recife a partir da presença das feiras agroecológicas na medida em que ela sugere um conceito plástico de comunidade como rede que tanto se afasta da visão moderna de sociedade (ligada ao trabalho assalariado) como de comunidade tradicional (ligada a filiações étnicas e religiosas). A inquietude teórica que Elias desenvolve na análise de redes como constructos entre indivíduo e sociedade tem correlação com a de Mauss sobre as trocas entre indivíduo e comunidade (Martins, 2005). A diferença é que o primeiro visava analisar a sociedade moderna no contexto do individualismo, enquanto o segundo buscava entender as práticas tradicionais de organização da pessoa e de sua presença nos rituais comunitários.

Esse estudo foi realizado em 2018 e 2019¹ em 6 feiras agroecológicas de Recife-PE. Naquele período, eram cerca de 46 feiras em toda capital, e foram selecionadas essas 6 para considerar diferentes localizações da cidade, quantidade de barracas, tipo de organização e tempo de criação. Foram realizadas visitas em todas elas mais de uma vez, além de entrevistas e observações de campo com os agricultores, líderes e também alguns consumidores.

As feiras de Recife selecionadas foram²:

Quadro 1 - Lista de feiras, quantidade de barracas, localização em Recife, ano de criação e articulação ou rede relacionada. 2019.

Feira e Sigla	Qtde. barracas	Zona de Recife	Ano de Criação	Rede ou outro tipo de articulação que promove a feira
Espaço Agroecológico das Graças (EAG)	22	Zona Norte	1997	Rede Espaço Agroecológico (REAgroeco)

¹ Importante ressaltar que estamos aqui analisando um cenário antes da pandemia do Covid-19, a partir de março de 2020.

² As feiras de Recife e outros municípios do Brasil estão registrado aqui: <https://feirasorganicas.org.br/>. Contudo, esse é um mapeamento colaborativo, que pode oscilar em referência a outros estudos e levantamentos. Em razão de surgirem mais feiras ou algumas deixarem de existir.

Espaço Agroecológico da Várzea (EAV)	6	Zona Oeste	2018	Moradores da Várzea e Agricultores da Feira
Feira de Orgânicos da Ceasa (FOCeasa)	15	Zona Oeste	2008	Ceasa
Feira de Orgânicos da PCR (FOPCR)	6	Zona Leste	2016	Associação Comunitária de Produtores Rurais de Palmeiras
Espaço Agroecológico de Boa Viagem (EABV)	20	Zona Sul	2001	Rede Espaço Agroecológico (REAgroeco)
Espaço Agroecológico de Santo Amaro (EASA)	7	Zona Leste	2015	Rede Espaço Agroecológico (REAgroeco)

Fonte: Elaboração própria.

Na segunda seção iremos destrinchar alguns conceitos desse ethos dos agricultores-feirantes como: mudanças nas práticas e costumes, proximidades e vínculos com outros atores e instituições, o tempo como categoria social e a circulação do dinheiro e dívida durante as trocas/compras. Na terceira seção apresentaremos os resultados de modo visual para que possamos compreender por meio de cartografias sociológicas as interdependências, proximidades e práticas

2 As práticas do agricultor feirante

Abordamos nos capítulos anteriores os conceitos e composição dos agricultores familiares de base agroecológica, desde seus aspectos históricos, arranjos institucionais, base legal e políticas públicas que influenciam até as características do agricultor-feirante que participa das feiras orgânicas em Recife. Esse ator constitui-se no meio dessa rede interdependente de outros atores, práticas, normas e hábitos, tanto no território rural quanto no urbano. Todos esses fatores e ambientes mudam e moldam as configurações das feiras, e inerente, o ethos do agricultor-feirante.

2.1.1 Mudanças das práticas sociais

No Brasil, até os 1980, os agricultores familiares eram caracterizados pelo estereótipo de “pequenos” produtores ou outras alcunhas que diminuía sua importância na cadeia de alimentação das famílias e economias locais. Essa era a visão comum compartilhada pela sociedade, em geral, e pelo próprio agricultor, sugerindo que a pequena produção seria um trabalho e/ou condição de vida atrasado/rudimentar, embora a contribuição social e econômica desta atividade, por meio da produção de alimentos que chega as mesas das famílias, tenha tido sempre um papel fundamental na organização da economia de alimentos. Mas o fato é que as baixas remunerações, as incertezas nos períodos de produção ou entressafra, a modernização e as condições de vida precárias, fizeram milhões migrarem do campo para a cidade em busca das distantes mudanças e oportunidades que outros aventavam.

Ficar no campo era se manter dependendo de ciclos de incertezas, tanto aqueles do clima quanto os das condições de trabalho e dos preços de mercado dos produtos. As alternativas difíceis de escoamento da produção, a necessidade de guardar o produto para consumo para subsistência e os atravessadores eram dificultadores quase intransponíveis para se chegar às feiras livres. Os feirantes relatam que antes havia um processo de indefinição nos

preços no mercado de produtos da agricultura familiar e comparado com o cenário atual das feiras orgânicas, que muda apenas depois de haver reuniões, até mesmo anuais, sobre a mudança na tabela de preços.

Os agricultores estavam antes submetidos aos efeitos da Lei da Demanda, essa volatilidade dos preços de mercado, sendo eles apenas mais um elemento frágil nesse processo. Esse fato estava alinhado a pouca diversificação da produção, porque os agricultores se focavam (e ainda focam³) de acordo com o que mercado “orientava”, e passavam a se dedicar geralmente a um tipo de cultivo em determinados períodos. Como o agricultor e toda vizinhança se dedicavam aos mesmos produtos, isto resultava numa oferta excedente que apenas beneficiava os atravessadores que pagavam preços baixos. Vender sua produção aos atravessadores demonstrava o quanto eles dependiam de uma única via de escoamento, diminuindo ou tirando o poder de barganha.

Se o agricultor, pelo manejo convencional, trabalhava na sua própria propriedade ou como diarista em outras, os ganhos ainda assim eram baixos a ponto de não garantir o básico para o sustento familiar. Todos eram implicados a trabalhar, geralmente antes de completarem 10 anos, pois os pais levavam os filhos para a ajudar na roça, própria ou de outro. Estudar não era uma alternativa para muitos jovens nesse período, não havendo políticas e leis que garantissem o acesso e frequência deles nas escolas e nas Universidades.

A maioria dos feirantes pesquisados estava com mais de 40 anos trabalhando na agricultura. As lembranças dos motivos de terem saído das antigas práticas nos períodos mais difíceis são bastante claras nas reflexões entre o período antes e depois de adotarem o sistema agroecológico. Termos como renda, saúde, condições de trabalho, conhecimento, alimentação, são os tópicos mais recorrentes nas suas falas, revelando as percepções dos mesmos sobre a ausência de mudanças significativas.

Uma agricultora e uma das fundadoras do EAG, relatou o quão importante foi terem se inserido nas práticas da agrofloresta há cerca de 30 anos, por meio de incentivos das formações do Centro Sabiá. Antes eram apicultores em Igarassu e nesse período passaram por muitas dificuldades, não valorizando o seu trabalho como veio a acontecer depois de adotarem o sistema agroflorestal. Agora, ela tem bastante orgulho de se apresentar como agricultora. Além de contribuir para a renda, trabalho e vida da sua família, ela também construiu uma rede de relações e amizades na feira, como se fosse uma outra família.

Analisar as histórias de vida dos agricultores-feirantes é observar as mudanças temporais das práticas e costumes deles nos diferentes espaços em que se movimentam e se relacionam. Todos geralmente notam que a mudança de local, de ir à Capital, trouxe um novo olhar sobre suas próprias ações, ou seja, suas práticas, tanto no trabalho quanto na família.

A feira é a concentração de esforços, tensões, práticas, solidariedades e trocas simbólicas que atores de diferentes agrupamentos e territórios buscaram juntos construir para mudar uma realidade social. Mas as feiras se desdobram em outros hábitos, histórias, valores e relações das pessoas com outros indivíduos, natureza, trabalho e vida. As instituições, leis e políticas tiveram um papel fundamental para gerar incentivos para que essas mudanças nas histórias de vida dos agricultores familiares ocorressem. O simples convite para conhecer e fazer uma nova forma de manejo, a presença de um assessor de uma organização social, a troca de ideias com um vizinho ou uma visita de intercâmbio ou políticas públicas, fizeram novos caminhos para muitos.

Essa cartografia de relações interdependentes dos agricultores feirantes, nos mostraram que nessas ligações os processos desenvolvidos nem sempre são percebidos por quem está inserido dentro ou fora de uma feira. Todos podem observar que existem várias trocas comerciais na feira: consumidores demandam, produtores ofertam. Lembra a lógica da

³ Os que produzem com manejo convencional.

economia de mercado com o diferencial de que eles apenas vendem um nicho de produtos ditos saudáveis.

No entanto, quando o consumidor paga pelo produto produzido pelo feirante podemos considerar que, ali, estão embutidas várias operações, ações, caminhos e intenções. O ato de comprar pode ter sentimentos de dádivas quando, por exemplo, um reconhece no outro a intenção de que está oferecendo e recebendo algo. O agricultor que oferta um produto saudável e o consumidor que valoriza esse produto pagando o preço que proporcionará que a atividade possa continuar.

2.1.2 Proximidades, vínculos e sociabilidades

O consumidor ao retornar a feira agroecológica com uma frequência regular para comprar sua cesta de alimentos, também inicia um processo de colaboração com o desenvolvimento da feira, contribuindo para diversas ações e processos realizados nela e também fora dela. Ele incentiva que a produção orgânica, o trabalho associativo e novas práticas solidárias sejam expandidas na feira (urbana) e na propriedade (rural) do agricultor. Este, por sua vez, busca vender produtos orgânicos colaborando para se vender produtos sem agrotóxicos e saudáveis para que outras famílias, além da sua, consumam.

Inclusive há vários relatos de criação de grupos de whatsapp entre consumidores e feirantes. O que cria um vínculo a mais nessas interações e aproximações. As informações trocadas podem ser sobre assuntos da própria comercialização, produção ou até mesmo amenidades. Por exemplo, uma das agricultoras, do EAG, relatou que, por conta dessa aproximação com os consumidores, teve ajuda quando necessitou, de um apoio para trocar um bocal de uma lâmpada ou a falta de um pacote de café ou até quando precisou fazer exames para um problema de saúde, um dos consumidores articulou para que fosse atendida.

Sobre as outras feiras, observou-se ou obteve-se relatos que mostram uma outra dinâmica, com pouco momentos de sociabilização como esses acima, o que não diminui a importância da feira como espaço de práticas de ethos dos agricultores, pois elas estão em construção e mudanças, como observa-se no EAG, EABV e EAV.

Na Feira de Orgânicos da Ceasa também tem alguns momentos de festa, de fim de ano, ou aniversário da feira, mas não existe articulação para criar ações de discussão política ou cultural ou outros eventos. A Feira de Orgânicos da Prefeitura do Recife foca mais na comercialização, havendo pouca iniciativa de aproximar consumidor-produtor, como acontece em outros órgãos públicos ocupados pelos agricultores da Associação Comunitária de Produtores Rurais de Palmeiras (APRP) do município de Glória do Goitá. Nesses casos os servidores buscam ir às propriedades conhecer, seja por iniciativa própria ou quando existe uma agenda de algum núcleo ou setor e sustentabilidade deste órgão para aproximar a gestão da feira. No caso da PCR não foi relatado que tenha ocorrido algo assim.

Para além da moeda e do comércio, a colaboração e cooperação nas ações de desenvolvimento de uma feira orgânica possibilita vários resultados: melhoria de renda, valorização do trabalho da agricultura familiar, melhoria e qualidade do alimento comercializado, sensibilização e consumo responsável, conhecimento da origem e trajetória do produto até a feira, aprendizado sobre utilização do consumo desses alimentos, trocas de ideias e informações, reconhecimento de todos esses aspectos. Mais ainda: comprar um alimento neste espaço produzido pelo trabalho desses agricultores com a confiança de serem sem agrotóxicos, baixo impacto ambiental e também mais saudável, constitui ganhos para todos.

2.1.3 Sobre o tempo social

O tempo é uma categoria que passamos a observar com mais atenção durante a pesquisa de campo. Lembramos isso em vários pontos dos capítulos anteriores, pois era recorrente nas entrevistas e observações notar a frequência e os eventos nos quais o tempo influenciava a trajetória de cada agricultor familiar e feiras, mesmo que implicitamente. Quando questionamos aos feirantes sobre algum fato (durante a entrevista ou em momentos informais), que relacionasse o tempo (objetivo ou subjetivo), percebemos que esta era uma categoria social e histórica importante. Isto nos possibilitou apreender sobre as ações e práticas desses agricultores familiares das feiras orgânicas.

Para essa seção delineamos mais essa questão sobre o tempo e os acontecimentos ou perspectivas em que ela aparece. Observamos assim, que o tempo ou a estrutura de memórias associadas às experiências e percepções do cotidiano, estão presentes nos principais aspectos sociais dos agricultores, consumidores ou feiras. Também o tempo aparece, nas próximas seções deste capítulo, na análise das cartografias sociológicas das relações e vínculos dos agricultores e feiras que mapeamos. O tempo, como categoria social, tornou-se um elemento para compreender algumas dessas relações.

O tempo como categoria de análise que nos baseamos é o eliasiano, que explica as experiências e aprendizagens dos indivíduos num processo contínuo e relacional que é repassado como conhecimento adquirido de uma geração para outra (Elias, 1998). Esse tempo para os agricultores familiares têm diferentes símbolos que explicam suas percepções das suas relações e histórias. Temos que considerar tanto o tempo social desses feirantes na vida e trabalho quanto o tempo histórico das experiências/conhecimento/aprendizados que eles adquirem a partir de uma trajetória das experiências e momentos do conjunto da agricultura familiar, como movimento, categoria social, conceito e meio de vida/trabalho.

Por exemplo, se observarmos o tempo do agricultor durante a semana, teríamos que considerar o quanto ele se dedica a produção de cada produto, seu dia de trabalho no campo, a preparação da terra e compostagem ou aplicação de técnicas agroecológicas, como também o período das safras e entressafras dos produtos. Há de lembrar também do dia de organização anterior a feira, o dia de feira, as viagens de ida e volta, o lazer, as reuniões da associação, as formações. Ou seja, a construção do agricultor familiar é composta por trabalho e vida, em diferentes momentos e ambientes, mas sucedidos numa linha de ações.

A jornada de um agricultor do EAG em dia de feira pode durar mais de 12 horas, pois colhem e organizam os produtos, descansam algumas poucas horas, acordam, viajam por uma ou duas horas, chegam às 23h (da sexta) ou às 1h ou às 2h (do Sábado). Ficam nesses horários até 9h ou 10h da manhã na feira, ou seja, cerca de seis a oito horas de comercialização. Depois tem as mesmas uma ou duas horas (ou mais, por causa do trânsito) para retornar aos sítios. Em alguns casos específicos, observamos que a jornada poderia alcançar 24 horas.

Antes, esses agricultores familiares das feiras orgânicas conheciam apenas o manejo agrícola, por horas, dias, semanas e meses, ou melhor, anos das suas vidas. Entregavam o produto a um atravessador que vinha a sua propriedade ou ele mesmo levava a uma feira livre local. Seu ciclo de tempo e interações decorrentes eram inerentes ao seu território de vivência. Mas a mudança para uma relação direta com o consumidor nas feiras orgânicas, em bairro de diferentes classes de renda, na Região Metropolitana do Recife, a alteração do tipo de manejo, do convencional para o agroecológico, os vínculos com as instituições, os intercâmbios com outros agricultores, trouxeram uma nova percepção sobre seu trabalho e vida, ou seja, seus ciclos de tempo social e simbólico mudaram.

Nessa mudança os agricultores construíram uma outra percepção da relação com seu trabalho, pois conhecem quem consome, aproximam-se de outros que produzem. E ainda que nem todos questionem ou perguntem se os produtos são de fato orgânicos ou questionem suas

origens, todos tem alguma noção do que compram, percebem que é um produto especial. Os consumidores apreciam a maior proximidade com o agricultor, que difere por sua vez com pequenas feiras ou barracas de rua que vendem produtos comprados na Ceasa e são revendidos para o consumidor, alongando a cadeia. Afora que, o produto é oriundo da agricultura convencional, com maior probabilidade de haver agrotóxicos.

Nessa caminhada do agricultor familiar agroecológico existe uma distância mais curta para acesso ao mesmo e uma maior possibilidade de haver uma sequência de trocas econômicas e não-econômicas entre os clientes e agricultores. Logo, todos percebem que o próprio espaço da feira difere daquele de uma feira livre ou quando seu produto era vendido por atravessadores ou em centros de distribuição.

Essas várias modificações na percepção do tempo aproximam os espaços rural-urbano, favorecendo se questionar sobre o que se consome e valorizando as interações sociais que ocorrem dentro e fora da feira, na circulação de dinheiro e também dos produtos. Para organizar essas noções e reflexões percebidas em campo e nas entrevistas buscamos classificar alguns desses tempos dos feirantes. Nesta classificação não buscamos separar um tempo objetivo e outro subjetivo, considerando eles como integrados e não dicotômicos. O conceito de tempo que nos interessa são o social (relacional) e simbólico (representações das relações e práticas) listados abaixo:

1. Tempo de produzir (preparo da terra, compostagem, semeadura, plantio, manejo, crescimento, colheita);
2. Tempo de comercializar/feira (organização, viagem, montagem, comercialização, desmontagem, viagem, descanso) e alguns feirantes fazem isso em mais uma feira;
3. Tempo das atividades/trabalho da mulher e do homem no sítio e na feira;
4. Tempo dos jovens, da participação a busca por outras oportunidades;
5. Tempo médio de 40 anos na agricultura, sendo que apenas 10 em média de transição;
6. Mudanças nos hábitos e práticas – do manejo à alimentação.
7. Intercâmbios para obter mais orientação/informação/conhecimento e também de repassar;
8. 52 duas semanas de feira e manejo;
9. História da agricultura familiar no Brasil;
10. Feira como espaço e tempo para encontrar/vivenciar/comprar (agricultor/consumidor);
11. Planejar/esperar a feira (consumidor);
12. Descanso/lazer.

O tempo é o registro e representação simbólica que os agricultores vivenciam/experienciam e relacionam a momentos da vida, pois recebem as experiências/conhecimentos de quem veio antes e repassam para os que virão. Essas mudanças formam um “patrimônio social de saber acumulado, construído e transmitido” (Carvalho, 2018, p. 209). Nessa passagem temporal da composição do agricultor familiar, o conhecimento, práticas e percepção da realidade não seriam constantes, porque cada um desses momentos e fatos são singulares ao agricultor daquele período.

Os agricultores familiares que inauguraram as feiras no final dos anos 1990 têm uma percepção/história diferente daqueles que começaram mais recentemente. Estes terão uma vivência/percepção e principalmente práticas diferentes daqui a 10 ou 20 diferente, pois vários dos hábitos que destacamos podem mudar. A formação do ethos é permeada de um processo histórico de mudanças das identidades e características de um grupo/comunidade. Por exemplo, na nossa linha histórica o marco legal e as políticas avançaram, ainda que seja necessário transpor outros gargalos. Isto gerou transformação do modo de ver o que é a agricultura familiar. Há cerca de duas décadas tínhamos apenas duas feiras e cerca de 30 barracas. Até 2019, eram cerca de 46 feiras em Recife com mais de 200 barracas e

possivelmente, mais de 1.000 agricultores envolvidos em todas as etapas da cadeia. As feiras orgânicas mudaram parte da vida local dos bairros e sítios, principalmente dos agricultores e consumidores.

2.1.5 Mais do que compra e venda nas feiras – o dinheiro como fator de proximidade e trocas simbólicas

A moeda, em espécie, na maior parte, ou por cartão, é um fator importante para concretizar as transações nas feiras orgânicas⁴. Para muitos ocorre apenas uma troca equivalente de valores monetários por um produto tangível ou serviço. A moeda tem mais funções sociais do que ser apenas meio de troca, reserva de valor ou unidade contábil. Ela é um acordo social, as pessoas aceitam o dinheiro como forma de equivaler seus desejos de consumo, uma forma de diminuir custos de transação, um importante instrumento da economia de mercado. Contudo, o dinheiro também pode ser uma forma de proximidade entre diferentes indivíduos; com ele compra-se produtos saudáveis e se recebe o valor do trabalho.

Os valores e representações da moeda podem ser diferentes de indivíduo para indivíduo. O dinheiro tem sentido simbólico na troca. Por exemplo, muitas pessoas questionam os preços dos alimentos na feira para valorizar o dinheiro que tem, para valorizar o que é comprado. Ou seja, o consumidor frequentemente valoriza apenas algo em função do quanto ele lhe custa afetivamente. Então o dinheiro é parte das trocas não-econômicas, ou melhor, adquirir algo não se reduz apenas utilidade, pois simbolicamente o bem representa algo especial para o indivíduo.

As feiras geralmente têm seus preços tabelados para evitar oscilações do mercado. O preço fixo não impede de haver uma margem para barganhar e se o alimento veio pequeno ou se está em final de feira ocorre de se ajustar o preço total do conjunto de produtos para dar um desconto. Essa busca por barganhar é um aspecto interessante nas interações produtor-consumidor.

O dinheiro também estimula os consumidores a planejar, reorganizar seu perfil de compra, pois as feiras orgânicas são semanais. Logo, é preciso esperar, saber o que quer comprar, se tem o que precisa, considerar a sazonalidade de alguns produtos, quanto precisa comprar, quanto tempo vai durar esse produto e saber que nem sempre tem de tudo. Esse cenário é diferente daquele outro dos mercadinhos em que estamos acostumados a adquirir o que queremos quando falta, pois eles existem em grande número e vendem produtos todos os dias. Além disso, no mercadinho há uma troca de hábitos devido a possibilidade de se substituir produtos, ao contrário das feiras.

Depois de um cumprimento simbólico ao chegar numa barraca – um *bom dia; olá; tudo bem* – o consumidor pergunta algo sobre o produto: se tem, quanto é, quantos vai levar, quanto dá tudo. Esse tipo de diálogo é a primeira forma de proximidade e vínculo, que depois é consolidado pelo pagamento e recebimento, ou melhor, um contrato entre produtor e consumidor. Do consumidor que gasta seu dinheiro com produtos orgânicos e do agricultor que o vende diretamente a ele.

Essas trocas econômicas nutrem outras relações sociais. Por exemplo, o agricultor que vende seus produtos não se limita ali a comercializar e gerar renda. Seus produtos são diferenciados desde a qualidade como alimento limpo e menor impacto ambiental, até mesmo

⁴ Até 2019 a introdução do uso das máquinas de cartão de crédito ainda não estava presente em todas as barracas e feirantes, uma maioria significativa usava (ou mesmo compartilhava a mesma máquina). Durante a pandemia do Covid-19 entre 2020 e 2022, ocorreu uma rápida transição para uso de cartão em todas as feiras, mas principalmente a ascensão do PIX, pois havia a necessidade de ter o mínimo de contato e aproximação, e claro, facilitar os pagamentos.

pelo maior tempo e esforço no trabalho para produzir cada alface, feijão, cará ou abacaxi. Inclusive a maioria dos agricultores já estiveram em outros processos, mercados e feiras, desde a venda direta em feiras livres e centros de abastecimento e distribuição, como também o mais comum, a venda para atravessadores. Em todos esses casos, o preço do produto ficou abaixo do que ele vende atualmente em feiras orgânicas.

O preço baixo desmotiva por significar que o produto não foi reconhecido como sendo de manejo agroecológico, produzido com um diferencial de ser considerado mais saudável, de estar ali aplicado o conhecimento adquirido nas formações, assistências técnicas e intercâmbios. Também há intenção de vender algo melhor para as outras famílias na medida em que este mesmo alimento também é consumido por sua família.

Por isso, a feira agroecológica é um tipo de mercado que gera várias formas de colaboração mútua. Muitos consumidores podem consumir numa ou em várias barracas. Além da realização da compra e venda há, por vezes, outras trocas, conversas, cumprimentos, gestos que valorizam não apenas o produto vendido, mas também a proximidade entre membros da família e de vizinhos do feirante. Estes vizinhos nem sempre estão presentes na feira, preferindo ficar nas propriedades. Mas seus trabalhos estão embutidos ali na fase final da comercialização. Logo, a troca econômica aproxima mais o espaço urbano do rural e vice-versa. Quem produz é estimulado a buscar conhecimento para prover um alimento melhor. Quem compra é estimulado a ressignificar seus hábitos e rotinas para frequentar a feira. Em ambos os casos, há um maior questionamento sobre os alimentos: desde seu cultivo, passando pela comercialização e alcançando as mesas das famílias.

Ir para algumas dessas feiras orgânicas é também reorganizar os costumes e estratégias. Por exemplo, percebemos que parte dos consumidores preferem caminhar ou circular pela feira, talvez por parecem optar por espalhar o seu dinheiro em várias das barracas. Além de buscarem construir uma forma de distribuir/contribuir com mais feirantes, eles entendem que esta é uma oportunidade para conhecer e se conectar com mais produtores e adquirir produtos diferentes, já que em muitos casos os feirantes podem focar em hortaliças ou frutas ou tubérculos. Outra forma de observar esse caminhar se dá pelo modo como o consumidor gosta de comparar os produtos: aparência, qualidade, tamanho, durabilidade etc.

De um lado, o consumidor tem suas preferências e estratégias para gastar seu dinheiro. Do outro, o agricultor precisa planejar para saber o quanto pode vender para alcançar o apurado necessário para cobrir seus custos e garantir a renda familiar semanal.

Para o agricultor perceber e ponderar sobre o valor do seu trabalho e dos produtos, ele precisa considerar várias questões. Algumas delas como o tempo que apontamos anteriormente. Mas existem fatores que são mais nítidos para sua percepção, desde compreender sua demanda até saber como sua renda pode ser afetada em determinados período do ano por produção menor e custos fixos. O agricultor tem essa compreensão sobre a oscilação no apurado semanal, pois todos respondem qual era a maior e menor receita que obtinham semanalmente.

O dinheiro circula pela feira orgânica transformada em compra, renda, receita/apurado, custo que promove por suas vezes estratégias e proximidades entre produtor-consumidor, produtor-produtor e até consumidor-consumidor. Algumas dessas interações e práticas serão analisadas na próxima seção, e desse modo compreenderemos melhor como o econômico e não econômico funcionam de maneira interdependente e não dicotômica.

3 As cartografias das interdependências, proximidades e práticas

Para representarmos o ethos do agricultor familiar das feiras agroecológicas de Recife e analisar as práticas e proximidades deles com os demais atores, ações e caminhos que os

compõem, utilizaremos a cartografia simbólica (SOUSA SANTOS, 1988). Esse método sociológico facilita compreender parte da realidade social que não vemos simplesmente se apenas colocássemos aqui uma foto aérea das feiras. O que veríamos por cima seriam as barracas, os produtos, as galeias, as pessoas, os carros, a rua ou estacionamento, entre outros elementos, ou seja, apenas pontos num mapa.

Podemos localizar a feira no mapa da cidade, um mapa-imagem. Mas o que queremos aqui não é localizar apenas, ainda que o mapa tenha sua importância como demonstramos sobre a localização das feiras nos bairros de Recife. Assim como analisamos no capítulo 6, queremos compreender que naquele mapa do bairro existe uma cartografia simbólica que nos revela as proximidades, características sociais, econômicas/não-econômicas e as trajetórias dos consumidores e feirantes para estarem ali. Mas só podemos chegar a essas percepções e juntar os pontos para formar as relações porque pesquisamos em várias fontes primárias, secundárias e bibliográficas.

O que ilustramos aqui é uma versão numa escala reduzida com os elementos, ligações e direções. Ou seja, transformamos aquela nossa percepção do visual, espacial e temporal, num encadeamento cognitivo que revela as aproximações e movimentos que ocorrem nas interações entre os indivíduos, ações e cenários que estão representados.

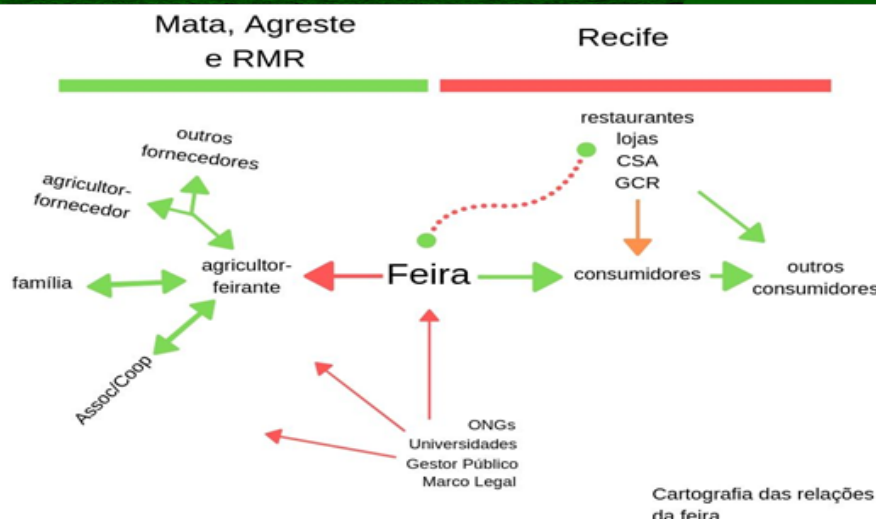
Inicialmente buscamos colocar a feira orgânica como objeto central de análise para compreender como feirantes, consumidores e instituições estão dispostos e se relacionam. Em seguida identificamos os vínculos e normas do agricultor familiar nas feiras. Por fim, verificamos as ações dos agentes sociais e políticos.

3.1 Cartografia das relações da feira

A cartografia é um mapa mental que simplifica a representação e expande o alcance da informação analisada. Decidimos usar esse método gráfico para representar as relações e vínculos dos agricultores familiares e feiras orgânicas, e desse modo, analisar por meio de ilustrações o ethos do agricultor familiar das feiras agroecológicas de Recife.

Na figura 1 as relações da feira com diferentes atores e relações é desenhada numa cartografia sociológica. Colocamos a feira como central no mapa, para, assim, nos debruçarmos sobre os atores e relações nos diferentes campos. Percebe-se que a feira está territorialmente nos dois lados, porque ainda que ela tenha sua realização no meio urbano, no caso do Recife, ela se estende para os produtos, produtores da zona rural de municípios do Agreste, Mata e RMR. Essa configuração cartográfica representa de maneira geral essas ligações. Mas cada feira pode apresentar nuances e aspectos diferentes. Por exemplo, instituições sociais e públicas que atuem numa feira e em outra não.

Figura 1 – Cartografia das relações da feira



Fonte: Elaboração própria. 2019.

No lado esquerdo (verde), na área rural das regiões da Zona da Mata, Agreste ou da Região Metropolitana de Recife, temos aquele agricultor feirante que vai direto para feira, vende seus produtos e pode eventualmente vender de outros agricultores. Alguns insumos e materiais precisam ser adquiridos por compra ou por doação de outros fornecedores. Todos esses feirantes têm como característica comum o trabalho familiar e se organizam associativamente para que possam participar das feiras, condições exigidas por vários grupos ou redes que organizam.

Do lado esquerdo (vermelho), na área urbana, temos os consumidores, grupos de consumidores e empresas/empreendimentos que adquirem regularmente produtos de uma das feiras. Também estão os gestores públicos, universidades/faculdades e ONGs. Embora haja organizações sociais como o Serta (que fica em Ibimirim/Glória do Goitá), órgãos públicos e campus de instituições de ensino que tem unidades nessas regiões, a maioria tem como sede Recife; por isso no mapa iremos manter essa posição.

Apresentada a organização do mapa, analisamos com mais detalhes essas relações e discutimos as diferenças que existem entre uma feira e outra. Como definido antes, há aqueles produtores familiares formados por agricultores feirantes ou apenas feirantes que se diferenciam daqueles que também são agricultores familiares agroecológicos, mas que não vão à feira, e que podem ou não vender/repassar para o agricultor que vai. Essa relação pode mudar não apenas de feira para feira, mas também de associação para associação.

No marco legal vigente (Lei 10.831/03 / Decreto 6.323/07) um feirante que possui a declaração de OCS pode vender produtos de familiares ou de agricultores vinculados ao mesmo grupo. Desse modo, nas famílias e vizinhança desses municípios e sítios de origem foram criados novos elos de encadeamento com vários tipos de trocas que são realizadas entre as famílias de produtores.

O feirante pode, primeiramente, comprar para revender na feira produtos de outro agricultor que se torna um fornecedor sem vender direto na feira. Um feirante pode vender para outro da mesma associação, caso um deles tenha uma situação de excedente e outro escassez, e estarem em feiras diferentes. Lembrando que a diversificação e quantidade são importantes. Pois pode ocorrer que o consumidor tenha preferência por um determinado produto, ou, então, algum alimento tem alta procura, sendo necessário que esses produtos estejam disponíveis. É importante, inclusive para a fidelidade/frequência do consumidor na sua barraca/feira.

Uma segunda situação que ocorre é o agricultor levar produtos de um vizinho/parente, mas sem revenda, visto que esse outro agricultor-fornecedor não vai a feira, por ter pouco produto e/ou não ter interesse em ir. De certa maneira, seria um ato solidário esse tipo de atravessamento, sem ganhos para quem leva. Até porque, como explicamos acima, ter quantidade e/ou diversidade são importantes na barraca, para que os clientes possam encontrar o máximo de produtos possível. Logo, haveria uma troca mútua. O feirante que vende o produto, pode, por vezes, tirar parte do apurado desse agricultor fornecedor para auxiliar no pagamento do transporte, por exemplo.

Ademais, essa trocas/repasses entre agricultores estimula a manutenção do encadeamento curto da produção orgânica e da feira, pois é recorrente que agricultores tenham gargalos (pouca chuva, muita chuva, pragas, custos de insumos etc.) durante o ano que diminuem sua produção e/ou vendas. Outro benefício dessa relação é ampliar a circulação da renda para mais famílias. Ao observar uma feira, como nas Graças, com cerca de 20 barracas, não podemos limitar seu alcance a 20 famílias; possivelmente a feira é abastecida e beneficia mais de 100 famílias.

Nem todos os insumos, recursos e outros materiais são fornecidos por outros agricultores familiares de base agroecológica. Os feirantes precisam ir em busca de outros fornecedores, desde sementes até para o sistema de irrigação. Mas exemplos de cooperação em rede surgem nessa ligação. Os grupos que trabalham como produtos beneficiados, por exemplo, pães, salgados, bolos, queijos, manteiga, entre outros, criaram um consórcio para conseguir comprar em conjunto, açúcar, trigo e outros insumos orgânicos para ter um alimento beneficiado mais próximo de ser 100% orgânico.

A ligação com as associações têm um papel importante em vários momentos e etapas desses agricultores. A maioria participa de feiras, reuniões e capacitações por incentivo das associações e/ou organizações sociais. Nos primeiros anos das feiras alguns grupos de feirantes não participavam de uma associação, mas pouco depois, eles foram se aproximando. Por meio delas muitos projetos/ações são realizados pelas associações em parceria com ONGs, Universidades e órgãos públicos. Praticamente grande parte das políticas públicas direcionadas para agricultores orgânicos são para aqueles que estão em associações ou cooperativas.

Por exemplo, o trabalho associativo pode estimular novas interações, que vão além do grupo. As feiras geralmente têm mais de uma associação. Essa proximidade/relação entre elas frente aos desafios/gargalos em comum, promove uma busca por estratégias que possam resolver ou criar caminhos para alcançar melhorias. O Centro Sabiá em conjunto com as associações que fazem parte das feiras das Graças e Boa Viagem criaram a Rede Espaço Agroecológico (REAgroeco) a partir da organização do EAG e EABV. Esta, atualmente, congrega oito associações, cinco feiras (4 em Recife e 1 em Gravatá) e reúne agricultores e experiências de 15 municípios⁵. Mas a concepção de rede foi fortalecida a partir de uma política pública do Governo Federal, o Projeto Ecoforte Redes, e a partir de 2014 dispôs de recursos para iniciativas que fortaleceram redes de agroecologia pelo Brasil. A REAgroeco foi uma das beneficiadas¹³⁶, com recursos para articular mais as associações e intercâmbios entre agricultores, além de prover equipamentos e instrumentos para fomentar a produção e logística dos produtores da rede nas feiras.

O Espaço Agroecológico da Várzea, apesar do nome “Espaço Agroecológico”, não faz parte da REAgroeco, pois uma das associações desta feira não fazia parte dessa rede. Ainda que, o estatuto da EAV teve como referência o que foi elaborado dessa rede, mas estes buscaram construir um próprio que atendesse as singularidades e objetivos que o EAV se

⁵ Igarassu, Abreu e Lima, São Lourenço da Mata, Itamaracá, Feira Nova, Chã Grande, Gravatá, Vitória de Santo Antão, Lagoa de Itaenga, Bom Jardim, Jaboatão dos Guararapes, Olinda, Paulista Camaragibe e Recife.

propôs. Ainda assim, por meio dessa articulação entre as associações da feira, coletivo de moradores, núcleos de pesquisa e extensão da UFRPE e UFPE, além de outros parceiros institucionais, elaboraram um projeto para obter recursos para a consolidação do espaço.

A Feira de Orgânicos da Ceasa tem apoio da própria Ceasa que coordena o espaço da feira e oferta vários recursos para atender os agricultores e associações. A Feira de Orgânicos da PCR, assim como outras em órgãos públicos, tem apenas apoio desses órgãos como parceria para ceder o local da comercialização.

A Csurb/PCR e Adragro realizam monitoramento da maioria dessas feiras, apenas por limitação de pessoal e orçamento não alcançam todas. O número de feiras, que provavelmente passa das 46 já registradas, também é um fator relevante, pois existe um custo logístico, tempo e outros recursos, como no caso da Adagro, para realizar a análise das amostras. As feiras que são em órgãos públicos (exceto a FOPCR) ficam fora do monitoramento da Companhia de Serviços Urbanos de Recife (Csurb/PCR), assim como aquelas que estão localizadas em Praças, que é de responsabilidade de outro órgão da prefeitura do Recife, a Autarquia de Manutenção e Limpeza Urbana do Recife (Emlurb).

Esses órgãos, Superintendência do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Instituto Agrônomo de Pernambuco (IPA) e Instituto de Terras e Reforma Agrária de Pernambuco (Iterpe) faziam parte da (Comissão de Produção Orgânica de Pernambuco) CPOrg-PE, junto com as organizações sociais e associações de agricultores familiares, o que tem possibilitado o diálogo para que em conjunto articulem ações para produção orgânica do Estado de Pernambuco. Os núcleos e ações das universidades no geral tem participação importante na organização de várias feiras, sendo um local de fomento a prática da agricultura familiar orgânica por meio dos projetos de extensão e também de crítica, a partir de pesquisas de iniciação científica, dissertações, teses e projetos.

Nem todos os produtos orgânicos das feiras chegam aos consumidores pela venda direta. Na próxima seção iremos discutir mais essa dinâmica com as normas sociais que são criadas entre a relação produtor-consumidor e consumidor-consumidor. Mas podemos adiantar de acordo com a figura 1 que existem grupos de consumidores que repassam produtos ou empreendimentos que comprem e revendem esses produtos das feiras. Os Grupos de Consumo Responsável (GCR) e Consumidor Sustenta Agricultura (CSA) são formados por consumidores que estabelecem um contrato/acordo com os agricultores para que eles garantam semanalmente uma determinada produção que será destinada aos membros do grupo que antecipam o pagamento, como uma forma de assinatura. Desse modo os agricultores têm uma renda garantida e recurso antecipado para manter sua atividade e não ficar dependendo da sazonalidade das vendas que as feiras podem acarretar. Afora esses grupos, existem também os empreendimentos que comprem para revender os produtos entregando na casa das pessoas ou vendendo numa loja fixa ou incluindo os produtos entre os ingredientes dos pratos dos seus restaurantes.

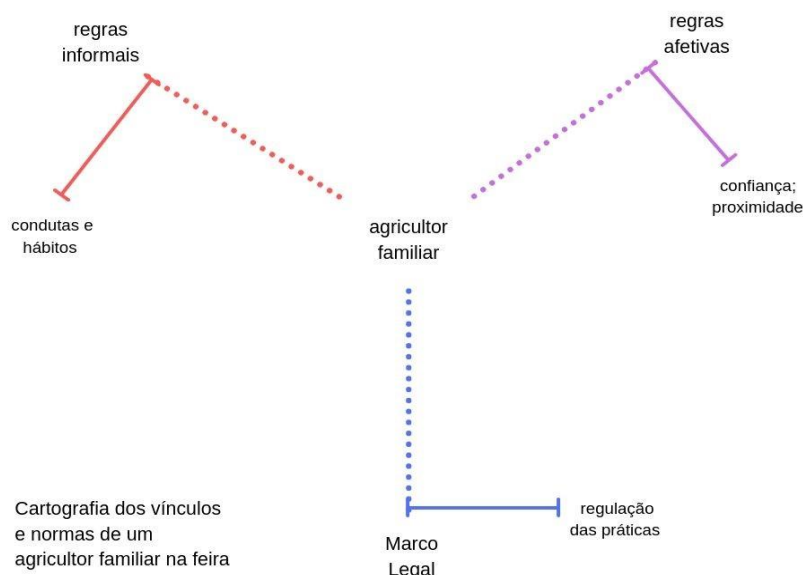
3.2 Cartografia dos vínculos e normas sociais de um agricultor familiar na feira

As feiras orgânicas em Recife ou outros centros urbanos são um fenômeno recente na história da agricultura familiar no Brasil. Suas dinâmicas e estruturas foram construídas a partir das relações entre os indivíduos e instituições. As suas configurações atuais foram lapidadas num longo percurso de transformações que juntou diversos elementos e hábitos para formar as feiras e aproximar os agricultores familiares e consumidores. Nesses alinhamentos de afetividades, trocas simbólicas e emoções, os agricultores desenvolveram normas e regras que pudessem organizar suas diversas ações e práticas, e que estão internalizadas tanto nas feiras quanto nos outros espaços/momentos que eles ocupam.

As diversas normas percebidas nas feiras orgânicas são constituídas a partir das proximidades e experiências cotidianas que os agricultores familiares enfrentaram. Elas não foram ou se tornaram estáticas, estão sempre mudando e nem sempre todas elas se repetem entre uma feira e outra.

Em todas essas feiras existe um conjunto de condutas que foram definidas/aceitas informalmente (barganha, conversa, cumprimento etc.), outras que foram formalizadas/registradas no estatuto da feira ou por leis e decretos (entrada e saída da feira; condições para venda de produtos orgânicos etc.). Há aquelas que se desenvolveram no campo afetivo, quando a conversa vira amizade, quando a barganha valoriza o trabalho, quando o cumprimento é uma forma de estabelecer laços de confiança. A figura 2 abaixo demonstra essa cartografia dos vínculos e normas informais, afetivas e reguladas que os agricultores familiares e que funcionam de maneira singular entre esses atores.

Figura 2 - Cartografia dos vínculos e normas de um agricultor familiar na feira



Fonte: Elaboração própria.

Nem todas as normas foram constituídas unicamente dentro da feira. Algumas podem ter sido oriundas das experiências e convivências desses agricultores em outras dinâmicas e espaços, e podem ter sido totalmente mudadas ou adaptadas ao contexto/dinâmica que estão inseridos agora. Cada regra/norma não é praticada de maneira isolada/independente. Por exemplo, o hábito de barganhar preços dos produtos que delineamos mais acima é uma prática informal que pode mudar de agricultor para agricultor, que pode ter alguma regra estabelecida no estatuto da feira, mas que o resultado/condução da negociação da venda está muito ligada a ideia da proximidade. Por vezes, o feirante pode fazer um preço mais baixo ou colocar mais mercadorias para um cliente de maior fidelidade, mas entre eles existe uma confiança mútua. Logo várias normas podem ser praticadas por eles de maneira intrínseca.

As regulações ou normas formais numa feira também podem ser alteradas e se tornarem informais, embora haja comum acordo, sem sanção para aqueles que praticam diferente. O exemplo são os horários das feiras. Em algumas delas está explícito seu horário de funcionamento que pode ter estabelecido para começar entre 4h e 5h ou entre 6h e 7h da manhã. Mas muitos agricultores chegam bem antes disso, armam suas barracas e já tem clientes esperando antes mesmo deles chegarem. Logo algumas feiras antecipam seus horários

de funcionamento apesar de que o horário divulgado seja outro. Nas Graças, a feira tinha estabelecido iniciar em torno de 5h aos sábados, mas há algum tempo passou a funcionar entre 1h e 2h da madrugada; atualmente na sexta começa entre 22h e 23h do dia anterior quando cerca de metade dos feirantes já chegaram.

As feiras têm várias formas de comercializar/escoar seus produtos. O que está estabelecido é a presença do consumidor na barraca do feirante escolhendo seus produtos e pagando. Mas outras foram combinadas para atender perfis diferentes de consumidores. Existem aqueles consumidores que não vão à feira ou chegam mais tarde, mas reservam antecipadamente os produtos que desejam. Alguns feirantes, inclusive, vendem mais dessa maneira. Mas não existe uma regra formal estabelecida, inclusive e essa prática, por vezes, foi debatida para se saber se ela seria prejudicial para o funcionamento da feira; pois consumidores que vão a feira depois de certo horário acabam não encontrando produtos porque estes estariam reservados para outros clientes.

O que se observa, atualmente, é uma aceitação dessa prática, ainda que possa haver críticas. Ela é uma forma de escoar o produto. Pois também, muitas vezes, os feirantes chegam ao final com produtos sobrando, que podem ser vendidos depois, doados, transformados em adubo ou ração. Mas é importante conseguir realizar grande parte da venda visto que a renda gerada é importante para continuidade da atividade e manutenção das famílias.

Um resultado dessa questão para escoar a produção foi a criação das experiências de CSA, GCR e Lojas/Restaurantes de produtos orgânicos. As duas primeiras são iniciativas de consumidores que se articulam para consumir os produtos das feiras. Pagam geralmente, o que contribui para garantir uma receita antecipada. O caso dessas lojas e restaurantes, são empreendedores que aproveitam essa oportunidade de mercado por produtos ecológicos, inclusive da agricultura familiar, especialmente para um público consumidor que não frequenta ou nem sempre tem tempo de ir às feiras.

Os feirantes e consumidores aproximam-se, como discutimos acima, por motivos vários que vão além das trocas monetárias. São criadas relações afetivas por meio da solidariedade e confiança entre os atores dessas feiras, que deriva de uma regra informal depois de tempo. No Espaço Agroecológico das Graças ocorrem momentos que parecem espontâneos, mas que, percebeu-se, são construídos dentro de regra afetiva. Por exemplo, nos primeiros anos dessa feira o custo ainda era alto para os agricultores, especialmente transporte. Nesse período, houve uma situação em que um casal de feirantes sofreu um grave acidente de carro a caminho da feira e precisou ficar bastante tempo sem trabalhar para o tratamento. As filhas, ainda muito jovens, assumiram a responsabilidade de levar os produtos e comercializar.

Os consumidores e feirantes, solidários, organizaram um sistema de ajuda, com venda antecipada dos produtos por meio de um cupom que permite que parte do apurado ficasse garantido para sustentabilidade dos feirantes acidentados. Além disso, houve doações por meio de uma vaquinha ao final da feira. Essa última ação possibilitou cobrir parte dos custos dos remédios e traslado para os curativos, que eram muito caros. Devemos lembrar também a própria receptividade dos consumidores, que estavam acostumados com a presença dos pais delas, e a receptividade dos feirantes que buscaram ajudar no que fosse preciso nesses meses. Inclusive é relatado que consumidores nem se preocuparam em trocar os cupons, e alguns rasgaram, para demonstrar que o grupo em questão era importante para eles também; logo essa foi uma forma de ajudar além de comprar os produtos.

Houve um outro feirante que participa do EABV e FOCEasa, que também teve situação similar. Ele sofreu um acidente em casa, passou bastante tempo se recuperando e tem atualmente dificuldade de andar. Ele precisa de um andador para se deslocar, mas consegue

dirigir e realizar diversas tarefas e continua indo para feira. No tempo que esteve fora, a esposa ficou sozinha. Aqui, foram os amigos feirantes que mais colaboraram, doando dinheiro para ajudar no tratamento, na comercialização, entre outras práticas.

Em 2012, houve um período de escassez de chuvas que diminuiu bastante a produção. Mas os custos de transporte, aluguel do ponto de apoio e outras demandas se mantinham, dificultando se conseguir alcançar o apurado necessário para manter parte desses custos. Um grupo de consumidores resolveu nesse período criar um caixinha que era arrecadada ao final da feira, geralmente puxado por alguns consumidores mais participativos e conhecidos pela feira.

O valor arrecadado era repassado para ajudar no custeio do aluguel do ponto de apoio que eles mantinham numa galeria ao lado. Essa ação também foi importante sendo gerada pela proximidade entre os consumidores e produtores. Nas Graças, parece haver mais situações espontâneas como essa. Embora não tenha sido a comunidade do bairro que criou e organizou a feira, como na Várzea, o fato é que durante as mais de duas décadas de existência da feira foram construídas sociabilidades e proximidades que são importantes para identidade da feira e o ethos desses agricultores familiares.

Quando os produtos sobram ao final da feira, as opções passam por doar (para entidades de caridade, vizinhos, outros feirantes, pessoas de comunidades próximas que pedem na feira e até consumidores), vender em outra feira (quando são produtos como tubérculos) e usar para compostagem ou complemento dos animais. Essas seriam as mais comuns. Contudo, percebemos nas feiras de Santo Amaro, Várzea e Graças que os agricultores realizam trocas espontâneas dos produtos. Como alguns se especializaram em determinados tipos de cultivos e produtos, por vezes, não há tempo ou mesmo não conseguem produzir outro tipo de produto ou as condições edafoclimáticas não são apropriadas.

Observamos ao final da feira alguns feirantes circulando entre as barracas trocando os produtos entre si. No caso das Graças, como há maior diferenciação, e sendo maior, esta prática é mais frequente; inclusive foi durante as visitas de observação nessa feira que foi notada essa prática e depois incluída para ser verificada nas demais feiras.

As feiras têm em comum o marco legal que orienta e define várias das práticas e regras para seu funcionamento atual nos espaços públicos e venda direta aos consumidores: Da necessidade de declaração de OCS até as regras para fiscalizar e regulamentar as feiras. No Brasil muitas feiras nasceram ainda nos anos 1980 e outras nos anos 1990, quando ainda se buscava o reconhecimento da agricultura familiar como categoria social e setor econômico local, e pouco se conhecia sobre o que era agroecologia ou agricultura orgânica. Essas primeiras feiras eram vistas como sendo um tipo de economia popular ou informal, ou seja, quando o apoio da gestão pública não existia ou era incipiente havia dificuldades de se comercializar em ruas e praças, como ocorreu com muitas feiras de Recife nesse período.

As leis, decretos e políticas que foram surgindo principalmente nos anos 2000 permitiu que essa atividade de comercialização de produtos orgânicos pudesse ser reconhecida. A partir do marco legal os feirantes puderam contar com o monitoramento dos poderes municipais (regulação do uso do espaço urbano) e estaduais (monitoramento dos agrotóxicos ou regulação das balanças). Ao Governo Federal coube a Superintendência Regional do MAPA o registro dos feirantes que participavam de organizações como associações e cooperativas que produzem alimentos orgânicos. Junto com as políticas públicas, esses fatores foram importantes para que as feiras e feirantes pudessem ajudar no reconhecimento e regulação de suas práticas.

3.3 Cartografia dos agentes sociais

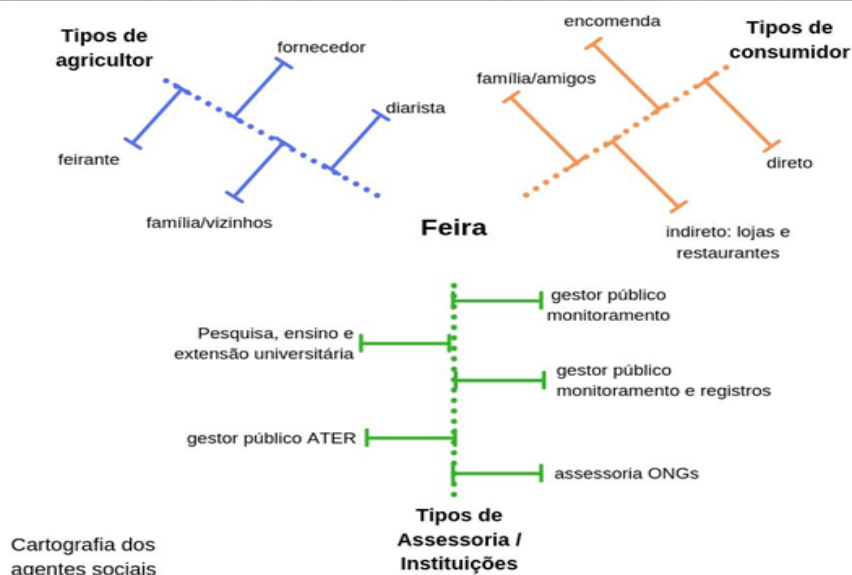
Observamos que as feiras agroecológicas são mais relevantes do que a visualização de barracas, galeias, produtos, dinheiro, consumidores e agricultores circulando por ela. A junção desses elementos e seu ethos foram formados pelas relações, práticas e normas que surgiram com as proximidades e solidariedades. Cada feira apresenta um conjunto amplo de atores que estão diretamente e indiretamente contribuindo para que os elementos em jogo formem mais do que uma feira, ou seja, que apareça como um encontro de trocas econômicas e não-econômicas.

Sobre os agricultores observamos (Figura 3) que não são apenas os que estão diretamente presentes na comercialização que representam essa categoria e compõem a feira. Cada barraca é composta por famílias, vizinhos, mulheres, jovens e idosos que contribuem na produção/manejo na propriedade. Considerando a família e vizinhos, o número de agricultores que contribuem com a feira se multiplica. Mas existem outros tipos de agricultores que participam, sem serem parentes ou vizinhos próximos. Algumas das associações têm vários sócios que não participam diretamente de feiras, mas que enviam pelos agricultores-feirantes, seus produtos, seja de forma consignada ou compartilhada ou venda intermediária.

A esses denominamos de agricultores-fornecedores. A estes também podem ser agregados aqueles que vendem insumos e materiais necessários à produção. Por fim, existe um último grupo de agricultores, que têm um papel importante na composição e manutenção da produção para as feiras, os diaristas. Vários agricultores mencionaram necessitar por alguns períodos ou de modo permanente o apoio desse tipo de serviço, que varia de 40 a 60 reais a diária de acordo com os depoimentos. Esse tipo de agricultor tem tido um papel relevante na expansão das feiras. Ou seja, considerando que a demanda de alimentos orgânicos e número de feiras aumentou bastante em Recife, surge a exigência que os feirantes tenham produção para vender em mais de uma feira ou por ter muitos clientes em uma única feira. O fato é que nem sempre a composição da família atende essas necessidades. São vários casos de casais que necessitam de apoio de terceiros por várias razões: os filhos são pequenos, os filhos não moram mais com os pais, mas, principalmente, porque os filhos, parentes e vizinhos já estão ocupados também no cultivo de produção orgânica.

Ainda entre esses agricultores surgem aqueles que se tornam lideranças na sua comunidade e/ou feira; outros se tornam referência para formação e multiplicação dos conhecimentos em ações de intercâmbio e cursos, proporcionando assim uma continuidade e desenvolvimento da agroecologia e agricultura familiar.

Figura 3 – Cartografia dos agentes sociais



Fonte: Elaboração própria.

No outro vértice a feira é composta pelos consumidores que, do mesmo modo que os agricultores, não podem ser definidos apenas por aqueles que estão diretamente na feira. Em geral, esses consumidores compram para toda a família, independente de se saber se o alimento é orgânico ou se é comprado de maneira direta com os agricultores. Também amigos são beneficiados por esse consumidor que frequenta com mais assiduidade. Há relatos de casos em que o consumidor acaba levando para vizinhos e amigos, o que acaba estimulando a que estes últimos passem a ser consumidores diretos depois de um tempo.

Relatou-se mais acima que o sistema de trocas nas feiras são organizados de diferentes maneiras, sendo um deles a encomenda antecipada. Ela funciona ao menos de três maneiras diferentes. Existem aqueles que reservam para depois irem buscar na própria feira. Outros encomendam e o feirante leva até sua residência; ou o cliente passa de carro apenas para pegar e seguir, sem transitar na feira ou ficar tempo suficiente para fazer novas escolhas ou interagir. Por fim, o terceiro grupo de consumidores que encomenda são aqueles que participam de GCR ou CSA e vão buscar seus produtos em outro lugar ou loja. Ainda há aqueles que contratam serviços de delivery para receber em casa. Esses casos, com exceção do consumidor que frequenta diretamente, demonstra que as feiras criam novas ramificações de relações no mercado, estimulando determinados empreendimentos que permitem que grupos coletivos de consumidores possam organizar sua forma de consumo de modo diverso.

O último caso que percebemos são aqueles que consomem produtos orgânicos indiretamente das feiras, mas sem encomendarem. Frequentam lojas, restaurantes e empreendimentos que revendem produtos das feiras orgânicas (in natura ou derivados) ou de outros empreendimentos. Mas, geralmente, consideramos que esses consumidores têm ciência da origem desses produtos. Contudo, esses consumidores não constituem perfis isolados uns dos outros. Pode ocorrer que um mesmo consumidor frequentador de uma feira também faça encomendas e vá às lojas e restaurantes; assim como pode haver aqueles que realizam só uma forma de consumo.

O terceiro vértice apresenta uma importante representação que está na criação, apoio e acompanhamento das feiras orgânicas, e que por vezes não são percebidas por consumidores. O trabalho e atuação deste terceiro grupo se apresenta por assessorias antes e depois das feiras, embora, elas possam, eventualmente, ocorrer diretamente nas feiras. Nestes casos, as presenças dos consultores e assessores se realizam discretamente e apenas se tornam explícitas se ocorrer eventos que exigem o reconhecimento de sua presença. Muitos

consumidores que conservamos informalmente não conheciam as ONGs, instituições sociais e órgãos públicos que apoiam os feirantes e a feira, inclusive o nome das associações a que estes pertencem. É mais fácil identificar o município/propriedade de origem dos feirantes do que este terceiro grupo. Mas isso não significa que os consumidores desconheçam ou não consideram que haja organizações fomentando o trabalho desses agricultores por meio de assessoria e assistência técnica.

Uma exceção que podemos considerar é a feira EAV. Diferentemente das demais feiras, eles têm banners e pequenos cartazes informando que a feira tem apoios e financiamentos no momento, como também informam num mapa a localização e nome da associação. Além disso, eles divulgam nas redes sociais e possuem uma barraca que apresenta várias informações; inclusive vários membros do coletivo de moradores que organizam a feira fazem parte de universidades e ONGs que estão apoiando essa feira.

Considerações finais

Este artigo sobre a abordagem do ethos e construção de modelos de cartografia social de feiras agroecológicas do Recife proporcionou análises práticas dos agricultores familiares e a dinâmica das trocas econômicas e não econômicas nesses espaços. A análise do ethos e da cartografia social revelou a inserção desses agricultores em redes interdependentes e solidárias, tanto rurais quanto urbanas.

Há o envolvimento (e percepção) dos consumidores nas feiras não apenas na economia local, mas também no fomento de práticas agroecológicas e solidárias. Logo, a abordagem da teoria da dádiva e da sociologia figuracional permitiu uma maior compreensão das relações sociais e das trocas simbólicas presentes nessas interações. A feira é um mercado plural e coletivo-solidário que reúne diversos interesses e promove reciprocidades entre seus participantes diretos e indiretos. Inclusive poderíamos ir além do que é mostrado nos mapas que elaboramos, demonstrando a presença de vínculos que se desdobram a partir das interações registradas.

Contudo, ainda há uma necessidade de ampliar um estudo que aprofunde outros elementos, como as teorias da psicologia ambiental, que podem permitir novas análises e revisão desses modelos. Além disso, a análise poderia explorar mais profundamente o impacto das práticas agroecológicas na sustentabilidade ambiental.

Portanto, este estudo ofereceu uma análise prática da compreensão das feiras agroecológicas como espaços de construção de relações sociais, simbólicas e sustentáveis, destacando-se que as feiras também são uma construção colaborativa de engajamento da comunidade para fortalecer essas iniciativas e promover uma agricultura mais justa e consciente.

Referências

ALTIERI, Miguel. **Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2004. Disponível em:
<http://www.reformaagrariaemdados.org.br/sites/default/files/Agroecologia%20-%20A%20din%C3%A2mica%20produtiva%20da%20agricultura%20sustent%C3%A1vel%20-%20Miguel%20Altieri%20-%20Editora%20UFRGS,%202008.pdf>. Acesso em: 24 mar.2011.

Caillé, Alain. Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. São Paulo, v. 13, n. 38, p. 5-38, Oct.

1998. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69091998000300001&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 10 Set. 2016.

Caillé, Alain. O Dom entre interesse e desinteressamento. In: MARTINS, Paulo Henrique; Campos, Roberta C. **Polifonia do dom**. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2006. pp. 25-66.

Caillé, Alain. Don. In: Cattani, A. D.; Coraggio, J. L.; Laville, J. L. **Diccionario de la otra economía**: lecturas sobre economía social. Buenos Aires, Altamira, 2009. pp. 115-120.

Caporal, Francisco Roberto; Costabeber, José Antonio. **Agroecologia**: alguns conceitos e princípios. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004.

Caporal, Francisco Roberto; Costabeber, José Antonio. **Extensão rural e agroecologia**. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2007.

Carvalho, Eugênio Rezende de. A concepção holística e processual de tempo de Norbert Elias. **Lua Nova**, São Paulo, n. 103, p. 203-231, Apr. 2018. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452018000100203&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 16 Mar. 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/0102-131\103>.

Elias, Norbert. **A Sociedade dos Indivíduos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994a. Cap. 1

Elias, Norbert. **O processo civilizador**. V. 1. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994b. pp 9-64.

Elias, Norbert. Figuração. In: _____. **Escritos & Ensaios 1**: Estado, processo, opinião pública. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, pp. 25-27, 2006. Disponível em: https://csociais.files.wordpress.com/2014/05/cap1_2_elias_escritos-e-ensaios.pdf. Acesso em: 10 Jan. 2016.

Elias, Norbert; Scotson, John L. **Os Estabelecidos e os Outsiders**: sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

Elias, Norbert. **Sobre o tempo**. Zahar, Rio de Janeiro. 1998.

Martins, Paulo Henrique. A sociologia de Marcel Mauss: Dádiva, simbolismo e associação. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, 73, Dezembro 2005. pp. 45-66. Disponível em: www.ces.uc.pt/publicacoes/rccs/artigos/73/RCCS73-045-066-Paulo%20H.Martins.pdf. Acesso em: 13 Set. 2016.

Martins, Paulo Henrique. **A dádiva como sentimento e prática**. REALIS, Recife, v.6, n. 01, Jan-Jul. 2016. Pp. 22-49. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/realis/article/download/8853/8828>. Acesso em: 13 Set. 2016.

Mauss, Marcel. Ensaio sobre a Dádiva: Forma e Razão da Troca nas Sociedades Arcaicas. In: _____. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. p. 183-294.

Sousa Santos, Boaventura. Uma cartografia simbólica das representações sociais: o caso do Direito. **Revista Crítica de Ciências Sociais**. v. 24, p. 139-172. 1988. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/10799>. Acesso em: 03 Maio 2019.