Sônia de Souza Mendonça Menezes
Maria Geralda de Almeida

Vamos às feiras!

CULTURA E RESSIGNIFICAÇÃO DOS CIRCUITOS CURTOS

Criação Editora

Vamos às feiras!

CULTURA E RESSIGNIFICAÇÃO DOS CIRCUITOS CURTOS

Organizadoras:
Sônia de Souza Mendonça Menezes
Maria Geralda de Almeida

ISBN
978-65-88593-68-4

EDITORA CRIAÇÃO
CONSELHO EDITORIAL

Ana Maria de Menezes
Christina Bielinski Ramalho
Fábio Alves dos Santos
Jorge Carvalho do Nascimento
José Afonso do Nascimento
José Eduardo Franco
José Rodorval Ramalho
Justino Alves Lima
Luiz Eduardo Oliveira
Martin Hadsell do Nascimento
Rita de Cácia Santos Souza

Sônia de Souza Mendonça Menezes
Maria Geralda de Almeida
Organizadoras

Vamos às feiras!

CULTURA E RESSIGNIFICAÇÃO DOS CIRCUITOS CURTOS

Criação Editora
Aracaju | 2021

Copyright 2021 by organizadoras

Grafia atualizada segundo acordo ortográfico da Língua Portuguesa, em vigor no Brasil desde 2009.

Projeto gráfico
Adilma Menezes

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Tuxped Serviços Editoriais (São Paulo, SP)

M543v

Menezes, Sônia de Souza Mendonça; Almeida, Maria Geralda de (orgs.).
Vamos às feiras!: Cultura e ressignificação dos circuitos curtos / Organizadoras: Sônia de Souza Mendonça Menezes e Maria Geralda de Almeida. -- 1. ed. – Aracaju, SE : Criação Editora, 2021.
508 p., fotografia
ISBN. 978-65-88593-68-4
Inclui bibliografia.

1. Cultura. 2. Feiras do Brasil. 3. Geografia. 4. Sociedade. I. Título. II. Assunto. III. Organizadoras.

CDD 381.1
CDU 339.177

ÍNDICE PARA CATÁLOGO SISTEMÁTICO
1. Tipos de comércios: Feiras.
2. Feiras: Feira livre, feirantes, mercados populares.

REFERÊNCIAS
MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; ALMEIDA, Maria Geralda de (orgs.). **Vamos às feiras!: Cultura e ressignificação dos circuitos curtos**. 1. ed. Aracaju, SE: Criação Editora, 2021. E-Book (13 Mb). ISBN 978-65-88593-68-4

AGRADECIMENTOS

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e à Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação Tecnológica do Estado de Sergipe (FAPITEC/SE) pelos recursos destinados ao fomento ao Programa de Estímulo à Mobilidade e ao Aumento da Cooperação Acadêmica da Pós-Graduação em Sergipe (PROMOB). Graças a essas instituições viabilizou-se a realização do projeto "Novos usos de territórios no campo: impactos e renovação de materialidades, ressignificações e emergência de novas ruralidades um estudo comparativo entre Sergipe, Goiás e Minas Gerais", no contexto da cooperação científica interinstitucional entre os Programas de Pós-graduação em Geografia da Universidade Federal de Sergipe, da Universidade Federal de Goiás e da Universidade Federal de Minas Gerais.

Sinceros agradecimentos aos autores que tão prontamente, e com entusiasmo, aceitaram nosso convite para compartilhar suas ideias e reflexões sobre as feiras e mercados. Cabe a eles o mérito de conseguirmos lhes brindar com uma coletânea robusta e rica.

Nossa gratidão ao prof. Dr. Eguimar Felicio Chaveiro que nos presenteia com um prefácio no qual, demonstra, poeticamente, sua familiaridade com feiras goianas e, nos instiga a conhecer e vivenciar as feiras e seus protagonistas.!!!!

UM PASSEIO NAS FEIRAS POPULARES E AGROECOLÓGICAS

Convido-lhes, leitores e leitoras, a um passeio nas feiras populares do Brasil, Galiza-Espanha e de Moçambique-África. Especificamente, estou lhes oferecendo a minha companhia para conhecer feiras da Amazônia, do Rio Grande do Norte, de Sergipe, de Pernambuco, da Paraíba, da Bahia, de Minas Gerais, de Goiás, do Rio Grande do Sul, de São Paulo, de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. Peço-lhes que venham com a sacola cheia de entusiasmo...

Pois bem!

Não são poucas as pessoas, entre as quais, as organizadoras deste livro, Sônia de Souza Mendonça Menezes e Maria Geralda de Almeida que, ao saírem de suas respectivas cidades para outros lugares, quando visitam, inclusive, outros países, procuram os mercados populares e as feiras. Há um motivo especial nesse propósito: as feiras são a alma de um lugar. Por meio delas, se conhece o rosto do povo; seus gostos; seus saberes e seus sabores. E também – e essencialmente - a sua labuta pela sobrevivência.

Aquelas pessoas, como as organizadoras e os autores deste livro, sabem que as feiras são marcas identitárias; dizem o lugar e o território; a cultura e o trabalho. E ainda esclarecem: a identificação com as feiras, como é também o meu caso, é um modo de ver a pessoa por dentro. As feiras atestam o gosto pela cultura popular.

Nas feiras suor e voz se casam; cores, sabores e gostos fazem juntar o estômago, a cultura e a economia.

Esse livro trata disso.

Ademais, as feiras, em suas multiplicidades, especialmente as feiras populares, agregam o que é diferente num mesmo espaço – e fazem da diferença uma unidade patenteada nesse ponto: ali, vivamente, compradores, vendedores e produtores se aglutinam numa operação que, ao mesmo tempo, envolve trabalho, renda, afeto e entretenimento.

A coleção de artigos que compõe este livro, conforme o título menciona, parte de uma premissa – e dela se escoa do primeiro ao último artigo: as feiras no Brasil possuem várias dimensões. Embora, há também alusão à feira de Moçambique-África, o multidimensionamento das feiras prova que lhe é correlato múltiplos tempos. Tradição e ressignificação comandam as temporalidades das feiras, comandam-nas e as atualizam num expediente central da vida contemporânea: a relação entre a aquisição do alimento e a sua comercialização.

Daqui emerge o sentido político-cultural das feiras populares e agroecológicas, e também as artesanais: contraporem-se ao monopólio do território, ao poder dos grandes conglomerados multinacionais e aos impérios agroalimentares, características de uma agricultura mundializada e de um imperialismo, geralmente disfarçado como democracia.

Além disso, as feiras populares recolocam o protagonismo de sujeitos como mulheres, artesãos, gente camponesa e da agroecologia, e de outros segmentos sociais que enfrentam a sua vida nos denominados circuitos curtos. Face a isso, as feiras ajudam, como está argumentado com consistência em vários textos deste livro, na construção da identidade; na fermentação coletiva de outros paradigmas da produção de alimento, como o agroecológico; na valorização das tradições e da memória popular. Também desta-

cam a relação entre identidade e corporeidade; entre trabalho e solidariedade e, inclusive, entre saberes e sabores.

As autoras deste livro juntamente com o plantel de pesquisadores que lhes acompanham, estão cientes que as feiras populares e agroecológicas estabelecem relações profundas com a cultura popular e com a luta pela sobrevivência. Esse mote parece elucidar um ponto de gravidade nos estudos desse campo: a cultura é, foi e será uma seiva que humaniza o ser humano e o faz distinto de outros animais; embora distinto, é sabedor de sua relação com tudo que existe.

Dessa feita, não há separação entre cultura e sociedade, assim como não há entre cultura e história; cultura e território ou cultura e a própria vida. O ser humano é total, e culturalmente se faz e se diferencia; se diferencia e agrega-se aos demais. Por isso, que um ponto culminante desse livro é a relação entre cultura e alimento. O encontro de ambos se junta no seu constituinte: na vida humana.

As feiras populares e agroecológicas são fartas de vida. Inclusive, são espetáculos de uma estética sutil. Tão bonito como é o litro de pequi... do umbu ou da mangaba, é o sorriso da senhora vendedora; e tão apetitoso quanto o sorriso da senhora que vende pano de prato é o cheiro das comidas tradicionais, das mangas e cajus serpenteando-se nos vãos das bancas. Essa estética substantiva ecoa-se como resistência viva e potencial.

Vamos à feira!

Goiânia, outono de 2021.

Prof. Dr. Eguimar Felício Chaveiro-IESA/UFG

SUMÁRIO

7 Um passeio nas feiras populares e agroecológicas

15 Apresentação

Parte 1. Múltiplos territórios e territorialidades das feiras e mercados

27 Um encontro com singularidades culturais e tradicionais moçambicanas no mercado central de Chibuto
Maria Geralda de Almeida
Sara Alves dos Santos
Isidro Chemane Argentina

59 Feiras em Sergipe: domínio da cultura e comercialização em multiplicidades de tempos
Sônia de Souza Mendonça Menezes

97 Instituições sociais e abastecimento alimentar contemporâneo: Resgatando a importância socioeconômica das feiras livres tradicionais brasileiras
Abel Cassol

131 Tartarugas, peixes e frutas: A feira nas cidades da floresta amazônica
Ricardo José Batista Nogueira

165 Agricultura urbana e feiras livres: Micro e múltiplas territorialidades na cidade de Natal – RN - Brasil
Francisco Fransualdo de Azevedo
Elvis Natan Dantas Pereira

193 Feiras livres e mercado municipal de Montes Claros: Percepções dos feirantes e implicações oriundas da pandemia da Covid-19
Ana Ivania Alves Fonseca
Marcela Alves Fonseca
Vanessa Fonseca Ayres
Eduardo Charles Barbosa Ayres

Parte 2. Feiras: o encontro dos agricultores familiares camponeses com os consumidores

213 Construção de identidade, capacitação mútua e negociação política em uma feira de agricultores/as: O caso da Feira Ecológica do Menino Deus em Porto Alegre/RS
Maria Vasile
Fabiana Thomé da Cruz

237 Feira interinstitucional agroecológica: Construção de mercado social e fortalecimento do território da agricultura camponesa em Goiás
Stéfanny da Cruz Nóbrega
Lara Cristine Gomes Ferreira

265 Feira de Juti (MS): Reterritorializando sementes, cultivando a vida
Adriano Carvalho Martins
Alzira Salete Menegat
Jones Dari Goettert

311 Mulheres, corpos, espaços e trabalho em duas feiras na cidade de Santa Maria-RS
Maria Catarina Chitolina Zanini
Juliana Franchi da Silva
Luana Isabel Klatt

341 A venda direta de produtos da agricultura familiar e o caso da feira corujão – Rio Claro/SP
Darlene Aparecida de Oliveira Ferreira
Wilyan Luciano Rodrigo

363 Feira da Agricultura Familiar: uma análise qualitativa da visão dos agricultores
Rosângela Oliveira Soares
Paulino Varela Tavares
Manuel Luís Tibério
Artur Cristóvão

Parte 03. Alimentos e Bebidas Tradicionais: Saberes e Sabores Adquiridos e Consumidos nas Feiras

397 "Retraçando a visitação": Leituras sobre feiras de Cuiabá-MT
Anna Maria Ribeiro Fernandes Moreira da Costa
Sônia Regina Romancini

427 Alimentos identitários na feira livre de domingo em Alfenas-MG
Camila Turmina Baticini
Flamarion Dutra Alves

451 Comércio de garrafadas nas feiras: A memória e o espaço
Luci Mara Bertoni
Carlos Augusto Sousa Dantas
Herica Andrade de Oliveira

475 Andu, fubá, jatobá... Pequi, buriti, biribá...: Uma problematização sobre alimentos oriundos do "mundo tropical" incluídos na dieta regional encontrados em feiras de Minas Gerais
José Antônio Souza de Deus

499 Sobre os autores

APRESENTAÇÃO

É ainda incerta a origem das feiras e mercados. Alguns estudiosos afirmam que em 500 a.C. já se realizava essa atividade no Oriente Médio, e outros dizem ter surgido na Idade Média, relacionada às festividades religiosas. De fato, analisando a origem da palavra *feria* (latim), ela significa "dia santo" ou "feriado"; e a palavra "freguês", usada para o tratamento dos consumidores de feira, originou-se também do latim *filiu ecclesiae*, que significa "filhos da igreja".

Portanto, no início, as pessoas ou fiéis aproveitavam as festas religiosas para se reunirem em lugares públicos e trocarem mercadorias. Na Antiguidade, as feiras tinham o objetivo de promover trocas de mercadorias entre pessoas de diferentes lugares e com diferentes itens, o que predominou mesmo no Feudalismo até o surgimento do capitalismo. A feira ganhou força e importância econômica impulsionada pelas Cruzadas e pelas chamadas Grandes Navegações. Naquela época, as atividades comerciais deveriam atender às necessidades dos viajantes e com o tempo foram aumentando e se diversificando. Além disso, a população foi crescendo, e as feiras, então, passaram a ter importância social, promovendo a comunicação e interação entre os povos, além das relações comerciais. A partir desse incremento, o poder público interveio a fim de disciplinar, fiscalizar e, claro, instituir impostos. Foi a efetiva criação de mercado.

Não há provas acerca da data de criação da primeira feira no Brasil. No entanto, há registros de regimentos escritos por D. João III em 1548 e D. Afonso em 1677 ordenando a criação de feiras semanais na Colônia para trocas de produtos entre os portugueses e os nativos. Desde então, a feira constitui uma instituição citadina, dinâmica, presente em aglomerações urbanas das pequenas até as maiores e independentemente do tempo de existência.

A dinâmica das feiras denota a relevância da relação entre campo e cidade na contemporaneidade e requer reflexões constantes a respeito das transformações no sistema de abastecimento dos alimentos que alterou as estruturas desse tipo de comércio informal. Contudo, verificam-se a resistência e a persistência quanto a suas antigas e novas formas. Na execução do Projeto Promob, verificamos a proeminência das feiras como uma territorialidade essencial para a comercialização dos alimentos no circuito curto. Embora sejam consideradas como uma atividade contra-hegemônica diante da expressividade do mercado convencional, as feiras resistem alicerçadas na cultura, nas tradições, nas relações de proximidade e solidariedade existentes entre feirantes e consumidores. O poder público municipal – e, em alguns lugares, estadual e federal – viabiliza o funcionamento das atividades, mas não raramente se observa o uso das relações de poder arbitrárias quer seja nas alterações do uso do espaço, quer seja nas mudanças nos horários de funcionamento. A despeito de todas as críticas, esses espaços de comercialização expandiram-se, e nos últimos anos se percebe a busca, sobretudo, pelas feiras agroecológicas, assim como por aquelas de produtos comercializados pelos agricultores/feirantes nas feiras convencionais.

Para além do abastecimento de produtos agrícolas, observamos a diversidade de artigos comercializados especialmente nas feiras e mercados das médias e grandes cidades nordestinas. Evidenciamos, também, como as feiras diversificaram suas funções para se trans-

formarem em espaços de sociabilidade, de negociações, de aprendizado com outros agricultores de técnicas agrícolas e de combinação de festas/batizados, visitas, mutirões e futuros encontros.

Diversamente dos setores convencionais de comercialização, as políticas públicas e os recursos financeiros são escassos. Entretanto, essas políticas demandam, por parte de estudiosos do espaço rural, um compromisso com uma postura crítica, investigativa, capaz de avançar para formas de trabalho coletivo e para um aprender/agir com autonomia intelectual, motivando todos os envolvidos a intervirem na sociedade.

Apesar das dificuldades de fortalecimento e consolidação da agricultura de base familiar, percebe-se que essa categoria não se encontra passiva frente aos movimentos desterritorializantes orquestrados pelo capitalismo. As feiras, consideradas como um circuito curto, constituem uma das estratégias individuais ou coletivas de resistência firmadas pelos agricultores familiares. Essas estratégias têm por finalidade comercializar seus produtos diretamente com o consumidor urbano, buscando, com isso, a valorização da produção agrícola e a geração de renda com o escopo de permanecer no território. Ou seja, as estratégias criadas pelos agricultores, feirantes, grupos familiares urbanos conformam territorialidades. Estas são teias nas quais as redes são tecidas com o objetivo de gerar renda para a reprodução dos grupos familiares dos espaços rural e urbano. Essas territorialidades adquirem tessituras particulares que variam nos municípios, estados e regiões, resultam de processos históricos e apontam diferentes temporalidades nos territórios das distintas feiras.

A presente publicação apresenta uma coletânea de artigos elaborados por pesquisadores multidisciplinares e reúne dezesseis artigos distribuídos em três partes. A primeira parte, intitulada “Múltiplos territórios e territorialidades das feiras e mercados”, conta com seis artigos que retratam as feiras e os mercados em

Chibuto/Moçambique, as feiras em Sergipe, as feiras de Caruaru/PE e Campina Grande/PB, as feiras e os mercados na Amazônia e as feiras de Natal/RN e Montes Claros/MG.

O artigo "Um encontro com singularidades culturais e tradicionais moçambicanas no mercado central de Chibuto", de Maria Geralda de Almeida, Sara Alves dos Santos e Isidro Chemane Argentina, aborda a relevância do Mercado Central para a cidade de Chibuto como centro cultural, econômico, lugar de sociabilidade ou da compra e venda daqueles que produzem em *machambas*. No Mercado se reflete uma estrutura político-organizacional hierárquica, típica da sociedade moçambicana, uma mescla das influências portuguesa, árabe e africana, formando uma paisagem cultural singular. Este artigo intenciona caracterizar e mapear esse lugar-território como espaço de tradição e paisagem cultural, embora seja o comércio a razão de sua existência e o que movimenta a economia local.

O texto "Feiras em Sergipe: domínio da cultura e comercialização em multiplicidades de tempos", Sônia de Souza Mendonça Menezes tece reflexões a respeito da heterogeneidade das feiras sergipanas, das similaridades e diferenças, das relações de gênero, da concretização de uma estratégia de reprodução social diante do desemprego, mas, também, de um território enlaçado por relações econômicas, sociais, culturais e afetivas desenvolvidas entre os atores.

O terceiro artigo, intitulado "Instituições sociais e abastecimento alimentar contemporâneo: resgatando a importância socioeconômica das feiras livres tradicionais brasileiras", Abel Cassol analisa o funcionamento e a gestão dos mercados tradicionais – feiras – feitos a partir de dinâmicas e normas sociais que os diferenciam seja dos mercados de agricultores, seja dos mercados "convencionais". O autor argumenta que tais diferenças podem constituir-se como estímulos à concretização de políticas de abastecimento urbano sustentável conectadas ao local.

Ricardo José Batista Nogueira apresenta o texto "Tartarugas, peixes e frutas: a feira nas cidades da Floresta Amazônica". O autor analisa a feira não como lugar apenas de oferta e procura de produtos, mas assevera que ela pode também ser compreendida a partir dos significados criados para quem vende e quem compra. Ele toma como referencial empírico a Amazônia e evidencia, ainda, o lugar como provocador dos nossos sentidos a partir do colorido, dos cheiros, dos sons e dos sabores.

Em "Agricultura urbana e feiras livres: micro e múltiplas territorialidades na cidade de Natal – RN", Francisco Fransualdo de Azevedo e Elvis Natan Dantas Pereira contribuem com as discussões a respeito da presença da agricultura e das feiras livres nas cidades na contemporaneidade. Ressaltam os cultivos agrícolas no espaço urbano e a importância das feiras com a presença de comerciantes, consumidores, transeuntes e trabalhadores correlacionados que oferecem, articulam e enredam uma diversidade de fluxos e produtos, cores, odores, ruídos e sensações que escapam aos olhos do observador, constituindo uma trama espacial que permeia a essência da vida, da cidade e do território.

O texto que encerra essa primeira parte se intitula "Feiras livres e mercado municipal de Montes Claros: percepções dos feirantes e implicações oriundas da pandemia da Covid-19". Ele foi elaborado por Ana Ivania Alves Fonseca, Marcela Alves Fonseca, Vanessa Fonseca Ayres e Eduardo Charles Barbosa Ayres. Os autores avaliaram a importância das feiras e do mercado e seu impacto na renda dos agricultores familiares no município, além das transformações provocadas pela pandemia em 2020 e nos primeiros meses de 2021.

A segunda parte desta coletânea – "Feiras: o encontro dos agricultores familiares camponeses com os consumidores" – reúne seis artigos nos quais os autores retratam experiências/pesquisas realizadas nas feiras da agricultura familiar nos estados do Rio Grande

do Sul, Goiás, Mato Grosso do Sul, São Paulo e um estudo de caso na Galícia/Espanha.

"Construção de identidade, capacitação mútua e negociação política em uma feira de agricultores/as: o caso da Feira Ecológica do Menino Deus em Porto Alegre/RS", de Maria Vasile e Fabiana Thomé da Cruz, traz uma reflexão sobre as atividades da feira, levando em consideração o contexto social em que estão inseridas, relacionando-as a questões de identidades, habilidades e negociação coletiva. As autoras têm por objetivo contribuir com os estudos de caráter etnográfico, buscando evidenciar a feira como uma "comunidade de prática" em que visões, narrativas e modos de conhecimento particulares são cultivados em relação à comida local, à segurança alimentar e à justiça social.

"Feira Interinstitucional Agroecológica: construção de mercado social e fortalecimento do território da Agricultura Camponesa em Goiás**"** constitui em uma reflexão de Stéfanny da Cruz Nóbrega e Lara Cristine Gomes Ferreira sobre o Projeto de Extensão da Feira Interinstitucional Agroecológica (UFG e IFG/IFGoiano) em Goiânia, Goiás, para os sujeitos sociais envolvidos e sua relação com a construção da soberania alimentar. As autoras enfatizam sobre o papel das instituições na construção de mercados sociais na perspectiva das cadeias curtas de alimentos. Entende-se a feira como um momento oportuno para ampliação do debate sobre o acesso à alimentação saudável, e o papel educativo propiciado pela aproximação entre agricultor (a) e consumidor.

O artigo "Feira de Juti (MS): reterritorializando sementes, cultivando a vida", de Adriano Carvalho Martins, Alzira Salete Menegat e Jones Dari Goettert, analisa as redes de parcerias e sociabilidades criadas no entorno da feira. Os autores discutem essas redes que visam o intercâmbio de saberes e o encaminhamento de pauta que as constituem: a reterritorialização de espécies de sementes crioulas e de práticas tradicionais de produção associadas ao in-

centivo da troca de sementes, favorecendo sua propagação como os elos que configuram autonomia no saber-fazer dos pequenos produtores participantes da feira.

No artigo "Mulheres, corpos, espaços e trabalho em duas feiras na cidade de Santa Maria-RS", Maria Catarina Chitolina Zanini, Juliana Franchi da Silva e Luana Isabel Klatt retratam os diferentes tempos e espaços dessas duas feiras implicados com questões de gênero, produção, trabalho, corpo, agências e também saúde. As feirantes são, em quase sua totalidade, agricultoras familiares de origens étnicas variadas (italianas, alemãs, indígenas, afrodescendentes, entre outras). Para além de questões puramente vinculadas ao universo produtivo, as autoras apresentam, também, aspectos referentes ao cotidiano dessas mulheres, dentro e fora das feiras.

Darlene Aparecida de Oliveira Ferreira e Wilyan Luciano Rodrigues produziram "A venda direta de produtos da agricultura familiar e o caso da Feira Corujão-Rio Claro/ SP", no qual eles avaliam a importância da feira do produtor da agricultura familiar, também conhecida como Feira Corujão, para os produtores rurais/feirantes e para os consumidores/frequentadores. A citada feira é avaliada pelos interlocutores da pesquisa como uma iniciativa positiva; dessa forma, o circuito curto tem possibilitado aos consumidores o acesso a produtos com preços justos e aos produtores um ganho de autonomia.

"Feira da agricultura familiar: uma análise qualitativa da visão dos agricultores" tem a assinatura de Rosângela Oliveira Soares, Paulino Varela Tavares, Manuel Luís Tibério e Artur Cristóvão Arede Correia. Eles analisam a percepção sobre as boas práticas de fabricação (BPFs) que os agricultores familiares utilizam, ou não, na produção/industrialização, no fracionamento, no armazenamento e no transporte de alimentos e produtos comercializados. Os autores trataram, prioritariamente, da feira do município de Júlio de Castilhos/RS/Brasil e do Mercado da Terra, Lugo/Galiza/Espanha.

A terceira parte, "Alimentos e bebidas tradicionais: saberes e sabores adquiridos e consumidos nas feiras", reúne quatro artigos que retratam a aquisição e o consumo de comidas e bebidas nos territórios das feiras de Mato Grosso, Bahia e Minas Gerais.

Anna Maria Ribeiro Fernandes Moreira da Costa e Sônia Regina Romancini são autoras do artigo "Retraçando a visitação: leituras sobre feiras de Cuiabá/MT", no qual analisam as diferentes racionalidades da produção social do espaço urbano em Cuiabá a partir do estudo de três feiras que ocorrem periodicamente na cidade. As autoras destacam a importância dessa atividade como um fator que se relaciona à cultura local, uma prática cotidiana que movimenta milhares de pessoas todos os meses em busca da compra de produtos alimentícios. Em sua maioria são típicos da gastronomia cuiabana.

No artigo "Alimentos identitários na feira livre de domingo em Alfenas – MG", Camila Turmina Baticini e Flamarion Dutra Alves analisam como os alimentos e saberes tradicionais são produzidos, preservados e consumidos na feira em questão. Os autores abordam ainda a relevância do alimento como um elemento identitário da ruralidade da cultura local/regional.

"Comércio de garrafadas nas feiras: a memória e o espaço" teve o empenho de Luci Mara Bertoni, Carlos Augusto Sousa Dantas e Herica Andrade de Oliveira, que analisaram os tipos de garrafadas e seus diferentes usos e preparos na dimensão cultural, tendo em vista a diversidade de plantas e ervas que são utilizadas. Os autores refletem acerca da influência do lugar da feira e da dimensão da memória social para a tradição da comercialização das garrafadas. Tradicionalmente, elas são produzidas por comerciantes que aprenderam com seus antepassados espontaneamente ou impulsionados pela necessidade de comercializar o produto em Vitória da Conquista, na Bahia.

"Andu, Fubá, Jatobá... Pequi, Buriti, Biribá... uma problematização sobre alimentos oriundos do 'mundo tropical' incluídos na

dieta regional encontrados em feiras de Minas Gerais". Esse artigo que encerra a seção e o livro é de autoria de José Antônio Souza de Deus, que rastreia os alimentos atuais essencialmente constituintes da dieta dos mineiros e que são oriundos de países/civilizações, do "Mundo Tropical". O autor realiza um levantamento da toponímia dos alimentos e ressalta a importância desses alimentos dos trópicos para a culinária mineira.

Desejamos, com esta publicação, compartilhar os mais recentes estudos para as discussões acerca das feiras e mercados. Esse tema é pertinente, conforme se poderá constatar pela leitura dos textos de pesquisadores de distintas áreas do conhecimento científico. Neles estão evidenciados os múltiplos territórios das feiras em diversas regiões brasileiras. Além disso, dois artigos trazem à luz feiras estrangeiras, em Maputo/Moçambique e Lugo/Galícia, fundamentando-se nas pesquisas realizadas pelos colaboradores desta publicação. Suas inclusões nesta coletânea confirmam a universalidade da resiliência das feiras como espaços de comercialização e sociabilidade mormente para agricultores familiares camponeses. O livro foi concebido com a intenção de provocar instigantes reflexões e posturas críticas sobre a diversidade dos territórios das feiras. Aliás, isso é, justamente, o melhor que lhes pode acontecer.

Boa leitura!

Sônia de Souza Mendonça Menezes
Maria Geralda de Almeida

PARTE 01
OS MÚLTIPLOS TERRITÓRIOS E TERRITORIALIDADES DAS FEIRAS E MERCADOS

UM ENCONTRO COM SINGULARIDADES CULTURAIS E TRADICIONAIS MOÇAMBICANAS NO MERCADO CENTRAL DE CHIBUTO

AUTORES

MARIA GERALDA DE ALMEIDA
galmeida@ufg.br

SARA ALVES DOS SANTOS
sara_santos@discente.ufg.br

ISIDRO CHEMANE ARGENTINA
ichemane88@gmail.com

INTRODUÇÃO

O mercado pode se constituir num espaço cheio de sons, movimentos e cheiros. Nele encontramos indivíduos heterogêneos que o dividem e estabelecem relações que vão além da questão técnico-comercial de venda e compra, pois nessa relação tornam-se amigos. Ele é, também, o espaço da informalidade, da descontração, da familiaridade, ou seja, o lugar do vivido, uma vez que, por meio de uma experiência profunda e imediata do mundo ocupado, o lugar adquire um papel central a partir do qual se articulam as experiências e vivências no espaço. Este "transforma-se em lugar à medida que o conhecemos melhor e o dotamos de valor" é o que afirma Tuan (1983, p. 6).

As relações estabelecidas entre fregueses e feirantes em um mercado tradicional de frutas, verduras, legumes, grãos, bebidas, carnes, farinhas podem ser caracterizadas como um convívio singular e diferenciado, visto que as trocas se dão a partir de indivíduos que compartilham afinidades entre si e com o lugar. Este, porém, está carregado de simbolismo, ideias, sentimentos e experiências que reproduzem e perpetuam as relações, as quais formam as redes de sociabilidade e os vínculos que as constituem e as estruturam. Por isso, a feira do mercado também é caracterizada como uma trama de relações, contemplando, assim, os vários elos familiares, de negociações, de amizade e culturais, convergindo no lugar.

O mercado, com suas feiras, é um lugar que possibilita uma dinâmica entre pessoas de distintas localidades, costumes e crenças, fomentando o estabelecimento de relações amigáveis que ultrapassam o interesse estritamente comercial. Mas quais experiências podem ser vividas no Mercado Central de Chibuto que o tornam um lugar e mesmo um lugar-território? O que é a feira para aqueles que não a veem apenas sob o olhar econômico? Que sentido e sig-

nificado o Mercado Central possui na atualidade para as relações e o comércio em Chibuto?

Essas questões nos permitirão aprofundar empiricamente e nos levarão a conhecer e adquirir entendimento acerca do Mercado Central de Chibuto.

FEIRA E MERCADO COMO LUGAR- TERRITÓRIO

Os primeiros registros das trocas de utensílios e mercadorias surgiram quando o ser humano, ao abandonar sua condição de ser nômade, progressivamente fixou-se sobre os espaços terrestres, domesticando os animais e praticando cultivos destinados à alimentação dos homens e dos animais. As sociedades antigas começaram a produzir de forma regular e a gerar excedentes de produtos em pequena escala.

Surgiram, portanto, condições para comercializar as mercadorias, expandindo as atividades por meio das trocas e vendas de produtos em diversos lugares. Silva (2006, p. 24) afirma que a feira "apresenta-se como um tecido venoso por onde afluem valores sócio-culturais e preceitos econômicos e ideológicos". Com isso, pode-se deduzir que as feiras são fenômenos socioeconômicos e culturais e, pelos registros, muito antigos.

Chaves (2011) pontua que durante o século XI as feiras procuravam suprir comerciantes e viajantes com o que necessitassem, o que promoveu o reconhecimento, o aumento gradativo e a consolidação delas. Tal fenômeno registra-se em cidades italianas como Veneza, Genova, Florença e Pisa, que se destacaram na Europa por apresentarem uma localização que facilitava a chegada e o escoamento da produção. Chaves (2011) ressalta ainda que essas localidades eram consideradas como importantes entrepostos comerciais, deram origem e fortaleceram os mercados.

De acordo com Bassols e Bañales (2007), durante o período medieval, os mercados tiveram importante papel na distribuição e no

comércio da produção rural nas cidades europeias, contribuindo para sua formação e seu desenvolvimento. Ainda segundo esses autores, apesar das mudanças progressivas que ocorreram nas formas de comercialização, alguns desses mercados existem até hoje, como no caso das cidades espanholas de Barcelona e Madri.

Para Pintaudi (2006), o mercado consiste em um lugar de troca e circulação de mercadorias, o que implica em uma estratégia espacial. Enfatiza a autora:

> O mercado público é forma de intercâmbio de produtos encontrada em cidades da Antiguidade e se hoje tem continuidade no espaço, isto certamente se deve ao fato de poderem dialogar com outras formas comerciais mais modernas (PINTAUDI, 2006, p. 84).

As feiras e os mercados são identificados como elementos importantes na estrutura social do meio urbano, pois são constituintes de uma dinâmica específica de ocupação do espaço. Segundo Weber (1979), o aparecimento das cidades está relacionado estreitamente com as feiras, que representavam o embrião de uma nova aglomeração humana a partir da atividade comercial.

Os mercados estão presentes em vários continentes, fazem parte de diferentes contextos e expressões cultuais, mas mantêm características que fazem com que tenham a definição comum de mercado. Para Delgadillo (2016), o mercado é um espaço geralmente público, aberto ou construído em que são ofertados produtos e serviços. Os mercados constituem uma combinação de atividades sociais e são compostos por uma heterogeneidade de usos e produtos, além de interações cotidianas propiciadas pelas atividades que ultrapassam a compra e a venda (LOPES; VASCONCELLOS, 2010). Eles vão além de espaços comerciais, são locais em que são manifestados contextos socioeconômicos e relações sociais (MEDINA; ÁLVAREZ, 2009).

Na Indonésia, por exemplo, o mercado *Karoregency* é um notório local de comercialização de plantas medicinais tradicionais (SILALAHI et al., 2015), com significativo papel na difusão e manutenção de práticas medicinais tradicionais da região em que está localizado. Também na Indonésia, o mercado *Pasar Gede*, em Surakarta, é caracterizado pela sobreposição de diversas atividades em um mesmo microespaço (ALIYAH et al., 2017). Já na Nigéria, os mercados, como o presente na cidade de South-West, representam espaços de promoção de interações econômicas e sociais entre os diversos residentes e frequentadores ocasionais (AGBOOLA et al., 2018).

Na Malásia, outro exemplo de mercado, o *Pasar Payang*, localizado na cidade de Kuala Terengganu, mescla a comercialização de produtos e comidas locais com a promoção do turismo (ZAKARIYA et al., 2016). Inclusive essa é uma tendência seguida por diversos mercados como forma de adaptação aos tempos modernos, suas mudanças e novas demandas. Em algumas cidades da Europa e das Américas, como Barcelona, Buenos Aires e Cidade do México, os mercados constituem também uma atração turística, como atrativos visuais, históricos, patrimônios, além da oferta de comidas típicas (MEDINA; ÁLVAREZ, 2009; DELGADILLO, 2016).

Cabe esclarecer a razão pela qual desde a introdução nos referimos ao mercado como lugar. A concepção de Carlos traz luz ao nosso entendimento, uma vez que, para ela,

> [...] o lugar é **produto** das relações humanas entre o homem e a natureza, tecido por **relações sociais** que se realizam no plano do vivido, o que garante a construção de uma **rede de significados e sentidos** que são tecidos pela história e cultura civilizadora produzindo a identidade, posto que é aí que o homem se reconhece porque **é o lugar da vida** (CARLOS, 1996, p. 22, grifos nossos).

Uma vez que o lugar é "qualquer localidade que tem significado para uma pessoa ou grupo de pessoas" (TUAN, 2011, p.5), as relações de poder existentes não impedem de considerá-lo como um território. Como bem diz Santos, "território é um lugar no qual desembocam todas as ações, todas as práticas, todos os poderes, todas as forças, isto é, onde a história do homem se realiza plenamente a partir das manifestações de sua existência" (1999, p. 7). Tal concepção nos leva a pensar em território também como um lugar, Alguns geógrafos já admitem referir-se ao lugar-território devido a determinados espaços comportarem neles, simultaneamente, a hibridez das relações e de sentimentos.

A esse respeito, Silva esclarece ser o lugar-território o espaço mediado por elementos que constituem uma dimensão funcional--estratégica e argumenta:

> [...] entendemos o lugar-território como a porção do espaço definida por relações de pertencimento que se produzem, se reproduzem e se ressignificam no cotidiano, intermediadas por um conjunto indissociável de elementos simbólico--materiais que refletem um modo de vida específico (SILVA, 2020, p. 86).

Adotamos neste estudo, portanto, as proposições que defendem a existência de lugares-territórios simbólicos por entendermos que a compreensão espacial se faz por meio da análise lugar-território. Mas o que faz desse espaço simbólico um território, e o que o torna lugar? O Mercado Centraj de Chibuto pode ser considerado um território-lugar, no sentido relacional entre esses dois conceitos?

Acreditamos que sim, ao considerar a reflexão feita por Lima. Para Lima (2014 , p. 40) "o uso do termo "território-lugar" representa uma proposta frente a alguns discursos que delimitam essas categorias sem assumir a proximidade entre elas." O "território" sempre esteve associado às questões políticas e atrelado, muitas vezes, so-

mente a estas relações de poder. Porém, a autora continua (idem, p.41) "uma possível relação entre os conceitos "território" e "lugar" aponta para diferentes leituras, que partem de dinâmicas territoriais em múltiplas instâncias: econômicas, políticas e culturais."

Por fim, Medina e Álvarez (2009) ressaltam que, assim como as sociedades que os criaram, os mercados também evoluem, se adaptam às demandas sociais:

> Está claro que aun cuando su estructura se haya mantenido socialmente a lo largo del tiempo y hasta nuestros días, los mercados no son algo estático, inmóvil. Los mercados, como cualquier construcción cultural humana, están en constante *movimiento*, se transforman a cada momento, respondiendo a nuevos planteamientos y demandas sociales (MEDINA; ÁLVAREZ, 2009, p. 189).

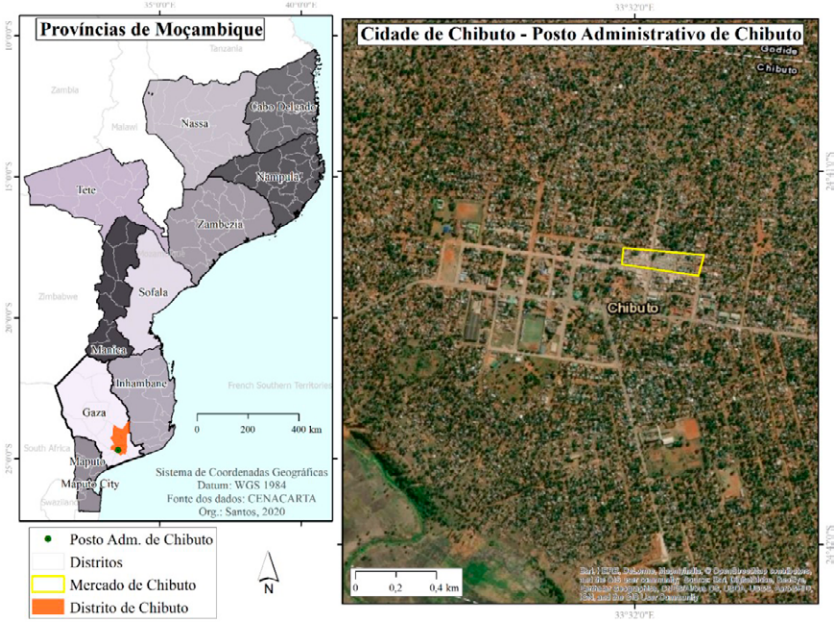
De fato, o mercado se perpetua ao longo do tempo, sobretudo por constituir uma opção para muitos trabalhadores autônomos, pequenos fabricantes e produtores rurais comercializarem seus produtos no espaço urbano. Por oferecer espaço e condições de acessibilidade para expor produtos, vários deles ocupam ruas e calçadas nas vizinhanças do Mercado Central. Gonçalves (2019), analisando as feiras nordestinas do Brasil, ressalta a relação conflituosa de o mercado extrapolar seu espaço delimitado, ocupando e congestionando as ruas em suas proximidades, tal como ocorre no Mercado Central de Chibuto, em Moçambique. É esse Mercado Central de Chibuto que o/a convidamos para conosco desvelar suas particularidades e singularidades.

O CONTEXTO SOCIOESPACIAL DO MERCADO CENTRAL DE CHIBUTO

O Mercado Central, objeto deste estudo, situa-se na Sede do Posto Administrativo de Chibuto, no distrito de Chibuto (Figura

1). Conta com uma área de aproximadamente 3 hectares, o equivalente a cerca de 3 quarteirões no Brasil. O distrito de Chibuto compreende uma área administrativa que se insere na província de Gaza, tem uma extensão territorial de 5.700 km² e possui seis postos administrativos, nomeadamente: Malehice, Alto-Changane, Changanine, Chaimite, Godide e o posto administrativo de Chibuto, a sede, onde está inserido o município de Chibuto. Segundo dados do INE (2017), o distrito de Chibuto conta com 217.155 habitantes, 54,81% do sexo feminino. Já no município de Chibuto, em 2013 eram 63.184 habitantes; dos quais, 48,7% se situavam na faixa etária compreendida entre 15 e 64 anos, além de apresentar uma densidade populacional de 16,3 hab./km².

Figura 1 - Distrito de Chibuto, província de Gaza, Moçambique: mapa de localização, 2020.



Fonte: Organizado pelos autores (2020).

Convém salientar que em Moçambique "três quartos da população é composta de residentes informais que sobrevivem da agricultura de subsistência ou do trabalho temporário" (MALOA, 2019, p. 3). Na província de Gaza, quase 70% da população vivem na área rural, e cerca de 63% da ocupada têm como ramo de atividade a agricultura, a silvicultura e a pesca; já o comércio e as finanças têm pouco mais de 10% (INE, 2017). Ainda segundo a mesma fonte (2017), observa-se que na província em questão, no meio rural, a quantidade de mulheres acima de 20 anos é superior à de homens, assim como em relação a população total rural, em que correspondem a mais da metade. Entende-se que seja principalmente as mulheres a se dedicarem, no distrito de Chibuto, às culturas alimentares e de rendimento de maior produção como a mandioca, a batata-doce, o tomate e o milho; na pecuária: galináceas, bovinos e caprinos têm destaque (INE, 2020).

Em relação à urbanização moçambicana, há uma mescla entre urbano e rural, um certo hibridismo (MALOA, 2019). Merece esclarecimento que em Moçambique há mais de um critério para a definição do que é uma área urbana, como nos informa Ribeiro (2019). O urbano é discutido por esse autor da seguinte forma:

> [...] em Moçambique usam-se três definições de "urbano" que se diferenciam segundo a unidade espacial de análise e níveis de desenvolvimento econômico das áreas em apreciação. A primeira definição é atribuída ao MAE de acordo com o Boletim da República, I Série, Nº 16 de 1987. A definição pelo MAE leva em consideração aspetos políticos, econômicos, sociais, culturais, densidade da população, número e tipo de indústrias, grau de desenvolvimento de atividades de comércio, educação e saneamento. A segunda definição é estabelecida pelo MICOA com base no uso urbano da terra. De acordo com a "Lei n° 19/2007 de Ordenamento do Território" de 18 de julho, o MICOA classifica as áreas urbanas

> tendo em consideração a sustentabilidade de centros urbanos em termos de uso do solo urbano, saneamento e ambiente, desenvolvimento de infraestruturas de transportes e comunicações e condições de alojamento.
> A terceira e última definição de área urbana é atribuída ao INE, baseado nas Áreas de Enumeração (AE) – equivalentes aos Setores Censitários no Brasil. Entretanto, a definição atribuída ao INE suscita dúvidas, por se tratar de orgão que não tem autonomia de classificar áreas em urbano e rural, mas sim, delimitar as Áreas de Enumeração nas áreas urbanas e rurais com base na lista de classificação das áreas fornecida pelo MAE, de modo a facilitar a operacionalização dos trabalhos censitários (RIBEIRO, 2019, p. 119).

Adotaremos nesta discussão o entendimento de cidade e urbano moçambicano exposto por Ilal e Weimer (2017) ao discutirem urbanização e serviços públicos.

Em relação à cultura moçambicana, ela é originária de uma fusão diversificada que teve início com atividades comerciais costeiras entre os Bantu, os primeiros povos que penetraram no território moçambicano, e com outras partes da África, do Oriente Médio e da Índia (PLANETA VIDA, 2014). Posteriormente, com a colonização portuguesa, novos hábitos foram impostos e assimilados. Segundo Maloa (2016, p. 320), houve, no espaço urbano do país, a configuração de "processos urbanos híbridos, expressos através de contatos, entre vários povos existentes no 'Moçambique arquipélago' (portugueses, indianos, árabes e nativos) ".

Um exemplo dessa mistura cultural são as missas realizadas nas igrejas da sede do distrito de Chibuto (Posto Administrativo de Chibuto), que combinam o cristianismo europeu e a tradição local com entoações de cânticos e sermões em português e na língua/dialeto nativo, o *changana*. Porém, os exemplos bíblicos são adaptados ao cotidiano dos participantes dessas celebrações. E a

presença das mulheres vestidas de *capulanas*, um vistoso tecido usado amarrado na cintura como saia, marca a tradição africana existente no local (Figura 2).

Figura 2 – Mulheres com capulanas no entorno do Mercado Central de Chibuto, 2014.

Fonte: Rosiane D. Mota (2014).

A religião em Moçambique é variada, fruto de sua diversidade cultural; são mais de 100 confissões religiosas diferentes, dentre as quais predominam a católica (27,2% da população), a islâmica (18,9%), a zione/sião (15,6%) e a evangélica/pentecostal (15,3%) (INE, 2020). Na província de Gaza, a confissão religiosa difere um pouco da do país, uma vez que predomina a zione/sião (39,57%), seguida pela evangélica/pentecostal (24,66%) e pela católica (13,65%), enquanto a islâmica é professada por apenas 1,07% da população (INE, 2017).

As Igrejas Zione são de tipo pentecostal em Maputo, popularmente conhecidas pelo termo bantuizado de (ma)zione (zionista), e possuem forte ancoramento na comunidade. Cavallo (2013) argumenta que essas igrejas sionistas são lugares de criação de sentido, de cura, mas também veículos de uma certa visão local. As pessoas parecem procurar nas Igrejas Zione a capacidade de fazer parte

do sistema social e de ter acesso a um conjunto de possibilidades, dentre as quais a instrução e o bem-estar econômico e familiar.

As evidências sociais e culturais, enfim, as experiências que podem ser vividas no Mercado Central de Chibuto que o tornam um lugar e mesmo um lugar-território e, também, dão sentido e significado ao Mercado Central, serão apresentados no decorrer do presente texto. Também, a metodologia e os principais resultados, que consistem nos seus mapeamentos.

PERCURSO PARA ACESSO AO MERCADO E SUA COMPREENSÃO

A metodologia para a realização deste estudo integra a oficina "Noções e Técnicas Básicas de Mapeamento", desenvolvida com alunos da ESNEC, em 2014. Nela, foram abordados tópicos relacionados à cartografia e à representação espacial, à elaboração de croquis e transectos, à coleta de pontos de GPS e à confecção de mapas em *softwares* de mapeamento. A atividade final da oficina consistiu em aplicar os conhecimentos adquiridos no mapeamento de um local público, neste caso o Mercado Central do Distrito de Chibuto. A caracterização feita com base na observação completou o mapeamento e mostrou a importância do conhecimento espacial.

Primeiramente, fez-se o levantamento de mapas de base do local, disponibilizados pelo site *www.cenacarta.com*, e, posteriormente, foram realizadas observações, conversas e entrevista durante as três visitas à área do Mercado. Como instrumento para registro de pontos e dados de localização foram utilizados aparelhos de GPS.

Para coleta das informações, os participantes da oficina "Noções e Técnicas Básicas de Mapeamentos" estiveram divididos em quatro grupos temáticos: comércio em geral; setor dos vegetais; setor dos animais e mapeamento geral do mercado. Aos grupos foram atribuídas as seguintes tarefas: o levantamento do número de barracas, bancas e lojas que se encontravam no mercado e

os respectivos vendedores; os produtos oferecidos, como cabritos, galinhas, frangos, vestuários, cosméticos, vegetais etc.; a elaboração de *croquis* levando em conta os produtos comercializados no mercado local e a disposição de suas respectivas bancas e barracas.

A observação participante efetuada nas idas ao Mercado Central foi delineada por Malinowski (1976) como uma técnica importante de "descoberta" das formas de vida do "nativo" a partir da convivência intensa com o grupo ou a sociedade a ser estudado. Ela apresentou-se como um instrumento importante de análise da dinâmica da feira livre. A participação em algumas situações "den tro da banca" proporcionava uma constante "vigilância epistemológica" para a interpretação (GEERTZ, 1989) desse fenômeno social no meio urbano, por parte das pesquisadoras, também habitantes temporárias da cidade de Chibuto e frequentadoras daquele Mercado.

O procedimento administrativo para entrevistar os comerciantes do Mercado demandou a necessária autorização do Chefe do Mercado e a apresentação de uma credencial de cada componente da equipe emitida pela ESNEC. Impossibilitados pelo tempo, deu-se prioridade à análise visual de cada pesquisadora e dos mencionados estudantes. Esses procedimentos foram utilizados buscando-se exercitar a elaboração de um mapeamento preliminar do Mercado Central e, assim, melhor caracterizá-lo.

Além da elaboração de um *croqui*, a delimitação do Mercado foi feita com a utilização do *software Google Earth* e dos pontos de GPS. Também, cada grupo preparou um relatório contendo o *croqui* e as informações colhidas.

Em uma segunda etapa, para esclarecer algumas questões em aberto/dúbias e para complementar o material anteriormente levantado, julgou-se pertinente consultar o órgão supremo do Mercado, a Secretaria. Foi realizada uma entrevista com o Secretário do Mercado, o que permitiu o enriquecimento de algumas informações obtidas na observação.

ADENTRANDO O MERCADO CENTRAL

O Mercado Central de Chibuto é um dos principais locais de comercialização e socialização do distrito por propiciar o encontro de pessoas de ambos os sexos, de diversas localidades e distritos vizinhos, da cidade e do campo. Ali, amigos, parentes e conhecidos se encontram, confraternizam, negociam, trocam informações e se inteiram de novidades boas e ruins. Presentes e doações são dados entre as compras e os pagamentos. "Ali se congregam os produtos que estão disponíveis para outrem", afirma Sousa (2004, p. 199). Importante é ressaltar que "os mercados constituem um local de contato entre o mundo rural e o mundo urbano", como apontado por Gonçalves (2019, p. 33) e confirmado por Menezes, que, por sua vez, comenta sobre as feiras: "[...] as feiras continuam a desempenhar papel relevante - não só econômico, mas também sociocultural, na medida em que unem pessoas de localidades diferentes, tornando-se espaço de diversidades culturais e de sociabilidades" (2013, p. 129).

E o Mercado, com a feira que cria, proporciona refletir que:

> Em trabalhos sobre a realidade das feiras, não raro podemos encontrar pista que nos levem a afirmação de que diversas culturas estão nas mesmas, muito bem representadas, sobretudo em se tratando de mercados tradicionais, onde os produtos comercializados revelam muito da cultura de determinada localidade. Presente no artesanato, facilmente encontrado em qualquer um destes espaços, bem como, certos tipos de comidas típicas e artigos religiosos, como os de umbandas e/ou candomblé, que também encontram nas feiras espaço garantido, o que mais poderia estar senão representações de cultura? Algumas feiras estão tão envolvidas com as culturas das localidades em que se insere a ponto de se tornarem pontos de referência destas últimas (FERRETTI, 2000, p. 67).

No caso do Mercado Central de Chibuto, ele tem como área de influência os distritos de Chibuto e Guijá. É frequentado por compradores e vendedores de todos os postos administrativos e localidades de Chibuto e distritos adjacentes, nomeadamente Manjacaze e Guijá. Se boa parte deles é de vendedores – produtores rurais que trazem seus produtos por diversos meios –, não faltam vendedores de produtos industrializados chineses, nigerianos, libaneses, burundineses, sul-africanos e de Maputo, sejam alimentícios, vestimentas, calçados e materiais de construção. Poucos são os artesanatos. De acordo com o Secretário do Mercado, mercadores e compradores distantes interessados em frequentarem o Mercado, chegam comumente usam o meio de transporte público, popularmente conhecido como "chapa".

Os vendedores são provenientes majoritariamente dos seis postos administrativos do distrito de Chibuto: Malehice, Godide, Alto Changane, Changanine, Chaimite e o próprio Chibuto (sede). Alguns comerciantes são de Xai-Xai, cidade na mesma província do distrito de Chibuto, em Gaza, e também da província de Maputo.

O Mercado Central é uma mescla de influências: a portuguesa, no que diz respeito ao uso comum do português como língua oficial, ao uso de óleos e industrializados, como sucos artificiais, açúcar refinado, entre outros; a árabe, destaca-se por algumas vestimentas e tecidos típicos, na venda e consumo de temperos árabes entre os comerciantes e população; também, no respeito às práticas da religião predominando entre eles, o Islamismo. Seus seguidores mesmo nos locais de trabalho oram cinco vezes ao dia na direção de Meca, o jejum praticado no nono mês do calendário islâmico, o mês sagrado, chamado Ramadã; a africana, em dialetos nativos, como Changana, Ronga, entre outros, e em alimentos típicos da cultura local, como amendoim, refogados de folhas de abóbora, farinha de milho, muito apreciado um prato a base de folhas de mandioca de mandioca piladas cozidas com leite de coco

e amendoim em pó, que se designa como matapa; folhas do feijoeiro, conhecidas por *nhangana*[1], também consomem cogumelo, *tseke* (*Amaranthus spinosus*), feijão *nhemba*[2], pimenta em diversos preparos, conhecida como *piri-piri*, feijão-caupi (*Vigna unguculata*), maçaroca, folhas de batata-doce (chamadas de *malhelhele* em changana) e *cacana*[3] (*Mormodica balsamina*).

Salienta-se que as hortícolas são vendidas de acordo com a sua época. Esses alimentos são derivados de cultivos feitos nas *machambas*, as áreas tradicionais de culturas alimentícias, feitas, principalmente pelas mulheres e seus produtos são muito apreciados, daí o fato de sempre estarem presentes no Mercado. A mescla de influências culturais repercute na paisagem cultural singular e diversificada presente no Mercado Central. Contudo, somente os islâmicos têm visibilidade nos rituais da prática religiosa no Mercado.

As *machambas* são localizadas nas áreas próximas à fonte de água, que consistem nas margens dos rios, dos córregos e dos canais, as terras mais férteis e que permitem a produção em larga escala de hortícolas, mesmo na escassez de chuva. O milho e o amendoim são produzidos independentemente ou em consorciação, muitas das vezes em áreas distantes das ribeirinhas. A consorciação beneficia o milho, que não tem capacidade de fixar o nitrato, e o amendoim, que o fixa em quantidades além das suas necessidades e o dispõe para o milho.

Em muitas famílias com baixo poder de compra ocorre a prática de agricultura de hortícolas nos seus quintais, como forma de obtê-las sem incorrer em custos nas compras no Mercado.

1 Nhangana refere-se às folhas de *Vigna unguiculata*. Trata-se de alimentos geralmente preparados com caril, temperados com amendoim pilado e leite de coco.

2 Feijão *nhemba* é o nome vernacular de *Vigna unguiculata*, conhecido como feijão-caupi, feijão-miúdo ou feijão-frade.

3 Cacana é o nome vernacular da *Momodica balsamina*, uma planta herbácea nativa, videira, cujas flores são amarelas e as frutas, alaranjadas brilhantes.

A *cacana* tem a particularidade de ser produzida em qualquer lugar, fora das *machambas*. Por ser uma planta espontânea, sempre brota após a chuva em locais onde suas resistentes sementes estejam enterradas. Assim, é comum que mulheres a colham no campo, em áreas de pastagens, e a comercializem no mercado.

Apesar das diferentes religiões dos frequentadores presentes, não há interferência no que plantar e alimentar, nem mesmo em termos de produtos oferecidos ou comercializados. Nas palavras do Secretário do Mercado (2015), os "produtos são vendidos sem levar-se em conta a confissão religiosa". Ainda segundo ele, as questões culturais não são um fator de espacialidades diferentes no Mercado. No entanto, ressalta que, no intervalo entre 12h e 12h30, os islâmicos se reúnem para o culto diário, momento em que interrompem suas atividades comerciais, embora os demais vendedores não o façam. Evidencia, assim, o lugar-território.

O espaço do Mercado distingue-se pelas convivências sociais e aprendizagens diversas, aliadas às diferentes histórias de vida, que assumem o local como um meio para realizar e construir sonhos uma vez que nele circulam a moeda local o metical[4] e pessoas, nas palavras de Lamarques (2013). São comercializados os mais variados produtos originários das *machambas* de produtores do próprio distrito e de distritos circunvizinhos. Como já foi dito, também têm espaço e grande aceitação no comércio local peças e demais objetos industrializados importados e da capital moçambicana Maputo. Os produtos agrários são produzidos localmente. O meio de transporte utilizado para a movimentação das mercadorias depende da quantidade e de condições financeiras do comerciante, tais como na própria cabeça e em "chapas", caminhões, caminhonetes e carros (Figura 3).

4 Moeda nacional, 1 real equivale a aproximadamente 15 meticais.

Figura 3 - Transporte de produtos/mercadorias para o Mercado Central de Chibuto, 2016.

Fonte: Leonardo R. Gonçalves (2016).

O Mercado possui uma administração com uma estrutura político-organizacional hierárquica, composta por um Chefe do Mercado, o secretário e os subsecretários de finanças, tesouraria e chefe-adjunto. O primeiro assume as decisões principais e exige ser sempre consultado para decisões relacionadas ao Mercado. Assim, o controle é exercido sobre quem comercializa o produto exposto e mesmo sobre eventuais investigações com e sobre os expositores. É o território criado pelo poder hierarquizado no mesmo lugar dos vendedores que cotidianamente estão naquele território. Todavia, cabe ressaltar que o principal interesse da chefia é o controle financeiro, conforme sua declaração:

> Sobre a gestão dos mercados, as atenções foram focalizadas para o mercado central, onde há evidências de organização; os cobradores passam as senhas como comprovativo de pagamento; os cobradores levam a receita para a tesouraria, faz-se a conferência do dinheiro e instrui-se uma guia para efeitos de depósito bancário, no dia seguinte; há talões de depósito. (NUVUNGA; VARELA, 2007, p. 10).

De acordo com o "Relatório do Estudo sobre Transparência, Áreas de Riscos e Oportunidades de Corrupção em Seis Autarquias Moçambicanas" (NUVUNGA; VARELA, 2007), o custo de uma licença para a construção de uma barraca no Mercado é de 500 meticais, incluindo a planta necessária para edificá-la, que é feita pelos serviços técnicos do Conselho Municipal.

"CACANA A 20 METICAIS! FEIJÃO NHEMBA FRESCO! BANANAS! CARAPAU!"

O Mercado Central apresenta-se como o lugar-território de uma ordem diferenciada em relação a outros estabelecimentos comerciais modernos, como o exemplo do supermercado diante das relações que ele possibilita serem construídas. Nas barracas, dificilmente há filas, mas a parte da frente delas está sempre lotada de pessoas que se acotovelam para escolher o que vão comprar e, do outro lado, há o grito incessante dos feirantes para atrair sua freguesia. Esse contato direto entre os frequentadores do Mercado com o alimento a ser comprado, bem como as conversas de feirantes entre si e com os fregueses, evidencia um caráter diferenciado dessas compras na feira em relação ao supermercado ou outros estabelecimentos de comércio de grandes cidades.

No Mercado, o espaço é aberto e público, os fregueses trocam receitas e apalpam os alimentos que estão soltos em cima da banca. Esse cenário ainda é enriquecido pelas cores de cada produto e pelos cheiros peculiares de matéria orgânica dos alimentos. Ele, como lugar do vivido, possibilita o encontro e a partilha de experiências entre diferentes sujeitos que ali frequentam. Para eles, a feira pode significar um conjunto de valores materiais e simbólico-expressivos, haja vista que a compra, a venda e a troca de mercadorias também podem fomentar sentimentos de confiança, reciprocidade e amizade.

O Mercado Central de Chibuto tem sua estrutura geográfica dividida em duas partes: uma de comercialização de vestuário e cal-

çados, denominada de ZP2, e a outra de comércio em geral, como alimentos, utensílios etc., chamada de ZP1. No entorno do Mercado, ruelas existem com lojas e barracas que se dedicam à prestação de serviços e à venda de diversos produtos, tais como: cosméticos, confecções de vestuários femininos, alfaiatarias, talhos, materiais de construção, pequenas padarias e salão de cabeleireiro (Figura 4).

A figura 4 apresenta o Mercado segmentado e com zonas específicas de acordo com o tipo de produtos vendidos. Apesar disso, existe certa irregularidade na distribuição das bancas, denominadas localmente de barracas. Lamarques explica:

> Fisicamente, é difícil saber onde começa e termina o mercado de Chibuto. O formal mescla-se com o informal e as fronteiras esbatem-se. Lojas vivem paredes-meias com vendedoras de hortícolas. À primeira vista, o que chama a atenção é, sem dúvida, o caos que caracteriza o espaço (2013, p. 2).

Figura 4 - Mercado Central de Chibuto, Moçambique: divisões do Mercado, 2014.

Fonte: Elaborado pelo grupo da oficina de mapeamento (2014).

De fato, observam-se conflitos e disputas pelo espaço no Mercado. Assim, certos produtos avançam sobre outros espaços, como, por exemplo, as roupas, que invadem as áreas destinadas aos alimentos. As frutas espalham-se pelo chão nas ruas laterais, no canteiro central de uma rua dupla e próximo à parada de ônibus, procurando se aproximar de locais de passagem e de maior fluxo de possíveis compradores. Também, nesse sentido, atuam os vendedores de vistosas *capulanas*, oferecidas estrategicamente nas entradas principais do Mercado, geralmente expostas no chão (Figura 5). Os vendedores de calçados "*made in China*" também disputam o mesmo espaço, o que torna as calçadas o principal e cobiçado local de exposição e de venda.

Figura 5 - Mercado Central de Chibuto, Moçambique: proximidades das entradas do Mercado, 2014 e 2016.

Fonte: Autores (2014) e Leornado R. Gonçalves (2016).

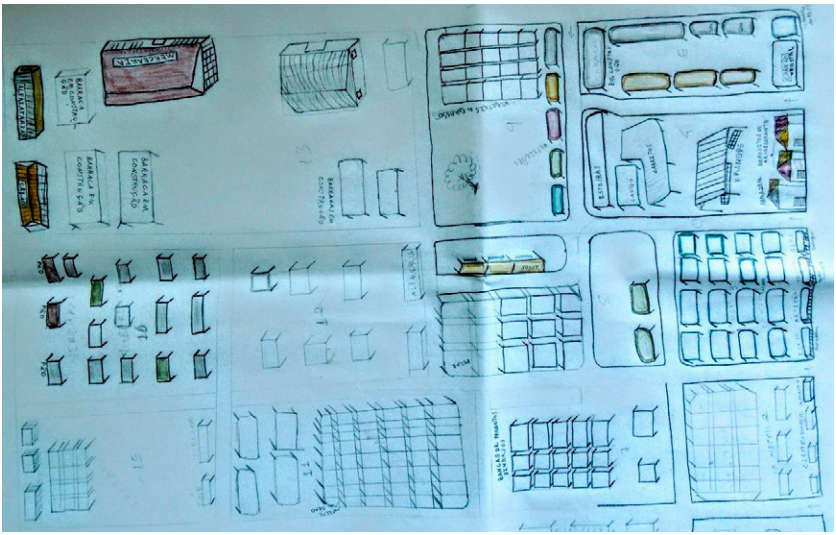
Pelo levantamento feito, em fevereiro de 2014, constatou-se que o Mercado Central de Chibuto possuía 1.708 "estabelecimentos" comerciais, subdivididos em bancas, barracas e lojas. Além da oferta dos serviços já citados, na periferia da área central do mercado, os seguintes produtos são encontrados: costureiros, mercearias; vestuários e calçados; depósitos de pão; materiais de construção; vegetais e frutas. Na área da pecuária, vendem-se pequenos animais, como cabritos, porcos, galinhas e patos, todos vivos.

Na Figura 6, é apresentado o croqui do Mercado no qual é possível observar as divisões nele existentes. Nota-se que as barracas são coladas ou muito próximas, e os frequentadores circulam com

dificuldade por estreitas vielas também atravancadas de crianças oferecendo produtos de baixo custo. No período chuvoso, essas vias tornam-se lamacentas, e vendedores e compradores caminham lentamente saltando poças d'água e se equilibrando nos escassos trechos sem lama.

Pelo croqui é possível constatar a variedade de produtos oferecidos no Mercado, uma vez que conta com a presença de barracas de pão, e no canto inferior esquerdo há bancas para refeição e vegetais a grosso. Na porção mais central, localiza-se o setor direcionado ao comércio de animais, como frangos, cabritos, peixes, além de bancas de produtos diversos. O Mercado, na época da visita que resultou no *croqui*, estava em expansão, com um quantitativo significativo de barracas em construção. No canto inferior direito do croqui, podemos observar a variedade de serviços no entorno, como, em amarelo, uma alfaiataria e um salão, e uma construção maior em vermelho, correspondendo à mercearia.

Figura 6 - Mercado Central de Chibuto, Moçambique: croqui do Mercado desenhado à mão, 2014.



Elaboração: Grupo da Oficina de Mapeamento (2014).

No setor de vegetais, encontram-se produtos como tomate, pimentão, cebola, alho, cenoura, folhas de abóbora, folhas de feijão *nhemba*, *Nhangana*, pepino, batata-doce, limão, feijão *nhemba*, *cacana*, abacate, *guxe*[5], quiabo, amendoim-carvão, coco, tapioca, mandioca, entre outros.

No setor designado originalmente para as verduras, foram identificadas 154 bancas, nas quais são vendidos produtos diversos, como tomate, cebola, cenoura, folhas de batata-doce (*tseke*), de abóboras e de feijão *nhemba*. Os vendedores vão de crianças a pessoas de idade mais avançada, verificando-se maior afluência de mulheres (Figura 7).

Figura 7 - Mercado Central de Chibuto, Moçambique: interior do Mercado, 2014.

Fonte: Os autores (2014).

Na seção de cocos, não foi possível identificar o número de bancas, visto que grande parte dos vendedores não se encontrava no local. Estima-se que seja cerca de vinte bancas, cujos proprietá-

5 Arbusto cujas folhas são utilizadas na preparação de um caldo viscoso.

rios, diferentemente daqueles das barracas de verduras, são, na sua maioria, do sexo masculino.

Na seção de frutas, as vendedoras expõem seus produtos na sua atividade comercial em bacias e sacos, vendendo frutas da época, como laranja, abacate, *tintsiva*[6] e outras, como banana e mamão papaia. No Brasil, o consumo mais comum é o mamão.

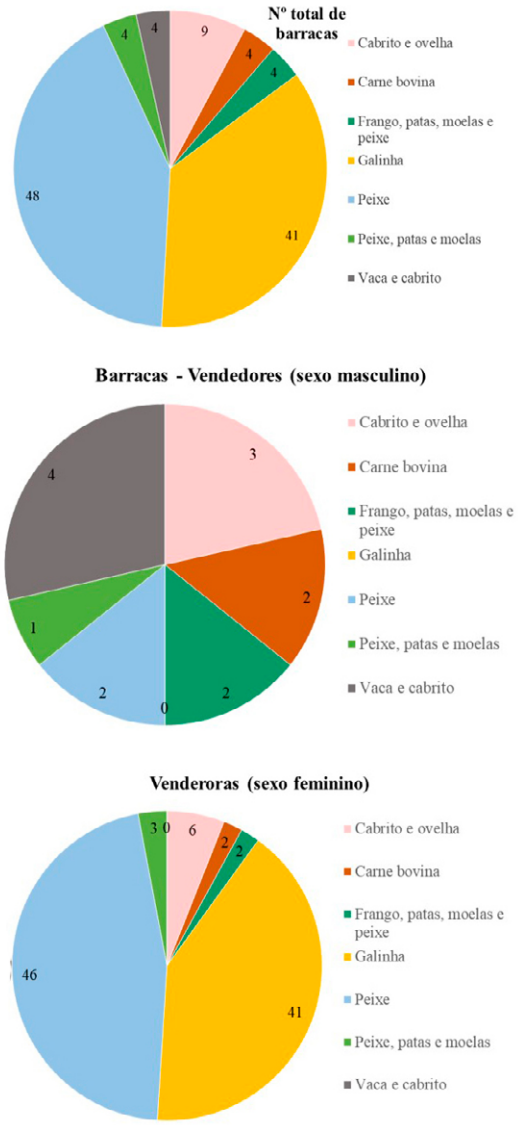
No setor de animais, foi identificado um total de 41 comerciantes de galinhas, 48 de peixes, 4 de carne bovina e 9 de caprinos. Os que comercializavam peixe carapau, frango, moelas, patas e outros sob forma congelada totalizavam 10. Muitos salgavam peixes e os colocavam expostos em varas no teto da barraca. Com o tempo eles escurecem a cor, e o cheiro é muito intenso. Nessa seção muitos animais eram comercializados vivos, e predominavam vendedores do sexo feminino, num total de 100; do sexo masculino eram 14 (Figura 8).

O Secretário do Mercado relata que, de maneira geral, não há uma relação entre o sexo das pessoas e os produtos oferecidos. Tal diferenciação ocorre, apenas no caso da comercialização de hortícolas, praticada por mulheres. As demais atividades envolvem ambos, homens e mulheres.

Bancas e produtos expostos compõem um cenário multicolor. Essa estética é ainda enriquecida por um cheiro peculiar, revelando a mistura de tipos diferentes de frutas e verduras, legumes e carnes, expostos ao sol e ao toque de cada freguês. Trata-se de um cheiro que remete à durabilidade desses mesmos alimentos que, no decorrer da feira, passam por um rápido processo de deterioração, restando ao final da manhã apenas resquícios da beleza e do frescor apresentados no início da feira.

6 *Tintsiva* é uma fruta silvestre encontrada na savana em Moçambique.

Figura 8 - Mercado Central de Chibuto, Moçambique: inventário sobre barracas e vendedores do setor de animais no Mercado, 2014.



Fonte: Elaborado pelo grupo responsável pelo setor de animais (2014).

Nesse circuito intenso, a diversidade de frequentadores da feira livre que circulam pelos corredores não se refere apenas aos fregueses que todos os sábados vão em busca de suas compras. Competem pelo espaço também os vendedores ambulantes de loterias, guarda-chuvas, algodão-doce, cortador de legumes, panelas, chinelos e quaisquer quinquilharias que se possa imaginar, além de algumas crianças ansiosas pelas sobras de final de feira que ganham e levam para suas casas.

FINALIZANDO...

O Mercado tem destacado papel para a cidade de Chibuto como centro econômico, lugar de encontro para finalidade da permuta ou da compra e venda e, também, de concentração/aglomeração e comercialização daqueles que produzem em *machambas*. Ele está presente no cotidiano de seus moradores, pois nesse aspecto integra a vida socioeconômica da cidade, visto que é um instrumento de efetivo desempenho na dinâmica de produtos e produtores, fregueses e feirantes, retratando o interior de uma sociedade em seu aspecto mercantil. Ele, em sua hibridez de lugar-território possui, portanto, um significado relevante que supera a natureza econômica para os frequentadores do Mercado Central.

As mulheres, pelo que pôde ser percebido, representam maior número de comerciantes no Mercado Central de Chibuto. O fato de 52,18% da população moçambicana total (28.861.863) corresponder a mulheres (INE, 2017), aliado ao seu papel em cada localidade que, de acordo com relatos de moradores locais, varia desde um sistema matriarcal a patriarcal, poderia ser uma das justificativas para isso. Ademais, segundo Sitoe (2009), o processo de migração de mão de obra masculina para as minas sul-africanas pode ter tido um grande impacto na oferta de mão de obra para a atividade agrícola familiar. Isso resulta no fato de que as *machambas* sejam

exploradas por mulheres e crianças, e estas continuam tendo uma presença expressiva no Mercado Central. Isto é, as singularidades sociais e culturais moçambicanas refletem e reproduzem no Mercado Central.

As *machambas* constituem, assim, um espaço de produção e se valorizam transformadas em mercadoria no Mercado Central. Neste, as relações e os territórios se superpõem nas esferas da administração, dos vendedores cadastrados, dos vendedores ilegais, dos que vendem a força de trabalho, dos consumidores no próprio local, dos compradores diversos. Além disso, soma-se ao território o sentimento que os vendedores desenvolveram por aquele espaço, transformando-o em lugar, lugar-território.

Essas e outras características, tais como variedade de produtos que incluem gêneros alimentícios e bens de consumo, presença de pessoas de localidades diversas e mescla entre o tradicional e o moderno, permitem considerar o Mercado Central como um espaço de singularidades culturais pelas práticas no comportamento e pela oferta de determinados produtos típicos da alimentação e do vestuário.

Atualmente, a cidade de Chibuto já conta com um supermercado. Contudo, o Mercado continua a ser o principal e tradicional local para vendas e compras. Mesmo os vendedores sem as barracas no Mercado insistem, como alternativas, na ocupação de calçadas e canteiros centrais nas suas proximidades, com suas mercadorias pelas ruas, numa relação conflituosa com a norma urbana. De fato, tem havido nos últimos anos uma intervenção rigorosa da polícia municipal buscando combater o comércio em áreas que não são apropriadas para a venda de produtos alimentares, como o chão. Essas intervenções incluem apreensões de mercadorias e outras práticas que se inserem nas posturas urbanas.

O Mercado mantém a tradicionalidade na gestão e na oferta de produtos consumidos diariamente. Ele exerce uma importante

função de espaço comercial em Chibuto, apesar da tendência atual de surgimento de novos espaços de comercialização, como os supermercados. Assim, associam-se os aspectos econômicos e culturais que se reproduzem e se mantêm na existência do Mercado como lugar-território singular para Chibuto.

Fonte financiadora

O artigo resultou do projeto "Paisagens e desenvolvimento local: inventário, análise e estudo comparativo de Chibuto, Moçambique, e Goiás, Brasil", aprovado pelo edital da AULP/CAPES - 2012, que tornou possível a realização da presente pesquisa no período de 2013 a 2017.

Agradecimentos

À Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo de Chibuto (ESNEC), da Universidade Eduardo Mondlane, na pessoa do diretor prof. Mario Janssen e aos participantes[7] da oficina "Noções e Técnicas Básicas de Mapeamentos".

Ao prof. Dr. Constancio Machanguana, da Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo de Chibuto (ESNEC), da Universidade Eduardo Mondlane pela leitura atenta desse artigo e o valioso apoio no fornecimento de fontes e comentários.

REFERÊNCIAS

AGBOOLA, O. P.; AZIZUL, M. F.; RASIDI, M. H.; SAID, I. The cultural sustainability of traditional market place in Africa: A new research agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 62, p. 87-106, 2018.

7 Alunos da ESNEC que participaram da oficina e do levantamento de dados: Edilton Alberto Matimbe, Osvaldo Inácio Nhavene, Ivan Daniel José António, Idilson Benehager F. Pirbay, Ferdinando Dineis de Nogueira Caetano, Inácio Ernesto Mirzo, Sónia Elisa Luís Tivane, João Sílvia Virgilio Mahuai, Ninaldo Artur Nhantumbo, Ali Satar Abdul Paquira, Hélio Paulo Hutombue, Elidio Mário Cumbi, Jordão Humberto e Cristóvão Belém Mahuai.

ALIYAH, Istijabatul; SETIOKO, Bambang; PRADOTO, Wisnu. Spatial flexibility in cultural mapping of traditional market area in Surakarta: A case study of Pasar Gede in Surakarta. **City, culture and society**, v. 10, p. 41-51, 2017.

ALMEIDA, M. G. de. Paisagens e Desenvolvimento Local: inventário, análise e estudo de Chibuto (Moçambique). **Iberografias: Revista de Estudos Ibéricos**, v. 16, p. 223-232, 2020.

BASSOLS, M. G.; BAÑALES, J. L. O. Los mercados públicos en la ciudad contemporánea: el caso de Barcelona. **Biblio 3W: Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales**, v. 12, n. 744, p. 1-11, 2007.

CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996. 85p.

CAVALLO, G. **Curar o passado**: mulheres, espíritos e "caminhos fechados" nas igrejas Zione em Maputo, Moçambique. Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade de Lisboa, 2013.

CHAVES, G. R. **Análise Socioeconômica e Cultural da Feira Livre do Município de Remígio – PB**. Monografia (Graduação) – Centro de Educação, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2011.

DELGADILLO, V. La disputa por los mercados de La Merced. **Alteridades**, v. 26, n. 51, p. 57-69, 2016.

FERRETTI, Sergio. **Reeducando o Olhar**: Estudo Sobre Feiras e Mercados. São Luís: Edições UFMA; PROIN (CS), 2000.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989. 213p.

GONÇALVES, L. A. A. **A metamorfose das feiras nordestinas**: a inserção da confecção popular. São Paulo: Blucher/Ed. UVA, 2019.

GOVERNO DO DISTRITO. s/d. Disponível em: http://www.prodel.gov.mz/images/documentos_das_provincias/Chibuto/CHIBUTO---PEDD.pdf. Acesso em: 17 mar. 2020.

ILAL, Abdul; WEIMER, Bernhard. **Urbanização, serviços públicos e recursos fiscais**. Os desafios principais para as autarquias moçambicanas: uma análise com enfoque as transferências fiscais intergovernamentais. Maputo, 2017.

INE – Instituto Nacional de Estatística. **Recenseamento Geral da População e Habitação de Moçambique 2007**. Moçambique, 2007. Disponível em: http://www.ine.gov.mz/operacoes-estatisticas/censos/censo-2007/rgph-2007/indicadores-socio-demograficos-maputo-cidade-2007.pdf/view. Acesso em: 3 jan. 2019.

_____. **Estatística do Distrito Chibuto**. Novembro de 2013. Chibuto, 2013.

_____. **IV Recenseamento Geral da População e Habitação de Moçambique**. Moçambique, 2017. Disponível em: http://www.ine.gov.mz/operacoes-estatisticas/censos/censo-2007/censo-2017. Acesso em: 3 jan. 2019.

_____. **Estatística da Cultura, 2019**. Moçambique, 2020. Disponível em: http://www.ine.gov.mz/estatisticas/estatisticas-sectoriais/cultura/estatisticas-de-cultura-2019.pdf/view. Acesso em: 26 fev. 2021.

_____. **Folheto Estatístico Distrital**. Chibuto, 2020. Disponível em: http://www.ine.gov.mz/estatisticas/publicacoes/folheto-distrital/gaza/folheto-estatistico-distrital-chibuto-2020.pdf/view. Acesso em: 26 fev. 2021.

LAMARQUES, R. Autárquicas 2013: Chibuto, um município no coração de Gaza. **Verdade**, 2013. Disponível em: http://www.verdade.co.mz/tema-de-fundo/35-themadefundo/37791-chibuto-um-municipio-no-coracao-de-gaza. Acesso em: 10 fev. 2014.

LIMA, Luana Nunes M.. **Da folia ao giro da santa: território-lugar e identidade na romaria kalunga de n. Sra. Aparecida. Dissertação de Mestrado**. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Instituto de Estudos SocioAmbientais, Universidade Federal de Goiás. 2014.

LOPES, R. F.; VASCONCELLOS, L. M. de. Considerações sobre os Mercados Públicos: relação de sociabilidade e vitalidade urbana nas cidades. In: **III Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade: uma relação de origem**. Eixo temático: Comércio, cultura e sociabilidade: comércio e espaço público, 2010.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MALOA, J. M. A urbanização moçambicana contemporânea: sua característica, sua dimensão e seu desafio. **Urbe? Revista Brasileira de Gestão Urbana**, 11, 2019, e20180101. https://doi.org/10.1590/2175-3369.011.e20180101.

_____. **Urbanização moçambicana**: uma proposta de interpretação. 373f. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

MEDINA, F. X.; ÁLVAREZ, M. El lugar por donde pasa la vida… Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires. **Estudios del hombre**, v. 24, p. 183-201, 2009.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Alimentos identitários: uma reflexão para além da Cultura. **GeoNordeste**, São Cristóvão/SE, v. 24, n. 2, p. 120-136, 2013.

NUVUNGA, P. A.; VARELA, M. M. C. **Relatório do estudo sobre transparência, áreas de risco e oportunidades de corrupção em seis autarquias moçambicanas**. Moçambique: Centro de Integridade Pública Moçambique, 2007.

PINTAUDI, S. M. Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. **Revista Cidades**, v. 3, n. 5, p. 81-100, 2006.

PLANETA VIDA. **História e cultura de Moçambique**. 2014. Disponível em: http://vida1.planetavida.org/paises/mocambique/o-pais/historia-e--cultura-de-mocambique/. Acesso em: 28 jul. 2014.

RIBEIRO, E. T. N. O Processo de Urbanização em Moçambique-África. In: FERREIRA, G. H. C. (Org.). **Conflitos e convergências da geografia 2**. Ponta Grossa/PR: Atena Editora, 2019.

SANTOS, M. O Dinheiro e o Território. **Geographia**, ano 1, n. 1, 1999.

SILALAHI, M.; NISYAWATI; WALUJO, E. B.; SUPRIATNA, J.; MANGUNWARDOYO, W. The local knowledge of medicinal plants trader and diversity of medicinal plants in the Kabanjahe traditional market, North Sumatra, Indonesia. **Journal of ethnopharmacology**, v. 175, p. 432-443, 2015.

SILVA, Cícero Bezerra da. **Entre Margens, Terras e Gentes**: convivialidades e identidades no Sertão do Baixo rio São Francisco. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Sergipe. São Cristóvão-SE: PPGEO/UFS, 2020.

SILVA, L. B. W. **A Feira Livre em Pedras de Fogo – PB**. 2006. Monografia (Graduação) – Centro de Ciências Exatas e da Natureza, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006.

SITOE, T. A. Colonização e independência em Moçambique: hábitos alimentares em mudança. **Slow Food Brasil**, 2009. Disponível em: http:// www. slowfoodbrasil.com/textos/alimentacao-e-cultura/307-colonizacao--e-independencia-em-mocambique-habitos-alimentares-em-mudanca. Acesso em: 26 jul. 2014.

SOUSA, L. G. **Memórias de Economia**. Ensaios: a realidade brasileira. [S.l.]: Ed. eletrônica, 2004.

TUAN, Yi-fu. Espaço, tempo e lugar: um arcabouço humanista. **Geograficidade**,vol.1, n.1,p. 4-15, 2011.

TUAN, Yi-fu. **Espaço e lugar**: a perspectiva da experiência. Tradução: Lívia de Oliveira. São Paulo: Difel, 1983.

WEBER, Max. **Sociologia**. Coleção grandes Cientistas Sociais. Trad. Gabriel Gohn. 4. ed. São Paulo: Ática, 1979.

ZAKARIYA, K.; KAMARUDIN, Z.; HARUN, N. Z. Sustaining the Cultural Vitality of Urban Public Markets: A Case Study of Pasar Payang, Malaysia. **ArchNet-IJAR: International Journal of Architectural Research**, v. 10, n. 1, p. 228-239, 2016.

FEIRAS EM SERGIPE: DOMÍNIO DA CULTURA E COMERCIALIZAÇÃO EM MULTIPLICIDADES DE TEMPOS

AUTORA

SÔNIA DE SOUZA MENDONÇA MENEZES
soniamenezes@academico.ufs.br

INTRODUÇÃO

As feiras nordestinas desenvolvem, nos seus espaços, dinâmicas produtivas e relações comerciais das mais variadas, nas quais é evidenciada a negociação de produtos agrícolas, artesanato, vestuário, instrumentos de trabalho, utensílios domésticos, conformando, assim, um mosaico de mercadorias. O deslocamento dos feirantes/agricultores, feirantes/comerciantes, mulheres/feirantes e consumidores durante os dias de feira para comercializar e/ou adquirir as mercadorias é intenso, quer seja nos bairros da capital onde ocorre diariamente uma feira por localidade(s), e/ou nas cidades interioranas, quando elas acontecem semanalmente, assim como em dias alternados. Esta evidência contrapõe-se às discussões apresentadas por Mascarenhas (1992, p. 96), ao aludir que "a feira livre está presente em praticamente todas as cidades brasileiras com mais de 250 mil habitantes, desaparecendo progressivamente conforme nos dirigimos aos centros de menor porte". Exceto Aracaju, nenhuma sede municipal sergipana apresenta população superior a 100.000 habitantes, entretanto, as feiras ocorrem em todas as cidades, e praticamente em quase todos os municípios a população aguarda determinados gêneros alimentícios, um reflexo da reduzida ou até inexistente produção, sobretudo, de frutas, legumes e hortaliças.

A periodicidade desse evento depende do planejamento de cada município e de seus governantes. As feiras refletem a dinâmica econômica, a pujança do local e a distribuição de renda dos munícipes. Observa-se que nos territórios onde a terra e a renda estão concentradas em reduzidos grupos as feiras são diminutas, ao passo que naqueles em que há uma melhor distribuição de terras evidenciam-se crescimento no setor terciário e renda mais equitativa, refletindo o vigor da comercialização no espaço. Corrêa (2005, p. 67) assinala que as feiras estão presentes em centros de diferentes tamanhos e funções: "Quanto maior for a importância da cidade,

em termos de centralidade, maior será a importância absoluta de sua feira [...]".

Em Sergipe, os municípios considerados como polos regionais, as feiras são realizadas em vários dias durante a semana. Nos demais municípios, as feiras ocorrem prioritariamente nos sábados, domingos (alguns), segundas, quartas e sextas-feiras.

Persistem também em alguns municípios – Itabaiana, Lagarto, Nossa Senhora da Glória, Tobias Barreto, Aquidabã – as feiras de animais realizadas de forma paralela à feira convencional, nas quais são comercializados bovinos, equinos, ovinos, caprinos, constituindo uma territorialidade da arte de negociar que continua a ser transmitida para as novas gerações. Essa atividade remete aos idos da ocupação do sertão nordestino, dando origem a várias cidades. Os agricultores e pecuaristas transportam seus animais em caminhões boiadeiros, ou a depender da distância são levados pelos tangerinos – vaqueiros que conduzem o gado para as feiras – como no passado (MENEZES, 2009; MENEZES, 2019b).

Nos idos dos anos 1980-1990 eram recorrentes, nos setores público e privado, na academia e no âmbito das classes média e alta, as discussões a respeito do fim das feiras especialmente nas médias e grandes cidades. O comércio informal nos logradouros públicos foi considerado por setores técnicos como uma (des)ordem nos espaços urbanos. A feira foi ilustrada com preconceito e os feirantes tratados com prepotência e arrogância, nítida manifestação das relações de poder, propagando a ideia de que essa atividade não passava de uma *rugosidade*, isto é, aquilo que ficou do passado, "o que resta do processo de supressão acumulação, superposição [...] apresentadas de forma isoladas ou como arranjos" (SANTOS, 1996, p. 113).

Paralelo às feiras, observava-se a expansão da rede de comercialização convencional dominada pelos super e hipermercados. Lipovetsky (2007, p. 29) ressalta que essa "fábrica de vender" revela a lógica produtivista presente na distribuição em larga escala". Essas

redes, alicerçadas no *marketing* e na propaganda, veiculavam como atrativos a comodidade de adquirir produtos diversificados em um só espaço e a sensação de segurança que se contrapõe às feiras e mercados públicos. Alguns autores ressaltavam o fim das feiras, baseando-se nas discussões de Holston (1993), entre outros autores, e enalteciam a relevância desses estabelecimentos, fundamentados no autosserviço, para além da segurança e conforto do consumidor.

Na contemporaneidade, observa-se o avanço do setor convencional em redes de supermercados, hipermercados e os atacarejos. Todavia, verifica-se a expansão das feiras, um reflexo da resistência dos feirantes e consumidores que demandam pelos produtos comercializados especialmente no circuito curto. Ademais, o crescimento do desemprego impulsionou e expandiu o número de grupos familiares a tornarem-se feirantes nos centros urbanos. Eles adquirem alimentos, além de outras mercadorias nos centros de abastecimentos, e comercializam nas diversas feiras livres nos bairros das capitais e/ou nas feiras semanais nos diferentes dias em vários municípios.

Durante nossa trajetória acadêmica, as feiras da capital e das sedes municipais de vários territórios foram recortes espaciais balizados nas pesquisas vinculadas aos alimentos identitários como queijos artesanais, iguarias derivadas da mandioca, produção de comidas tradicionais. As nossas idas e vindas às feiras como pesquisadora e também como consumidora deram origem a alguns questionamentos, os quais motivaram a organização deste artigo, como por exemplo: em que medida este território de comercialização – feira – tem sido afetado/preterido com a expansão do mercado convencional, redes de supermercados e atacadistas nos municípios e na capital sergipana? Quais características distinguem e assemelham as feiras na capital do Estado àquelas realizadas do interior sergipano? Quais são as alterações e as resiliências visíveis nesse território de comercialização nos logradouros públicos? Pode-se enfatizar a feira como uma manifestação cultural nos municípios sergipanos?

Com respaldo em pesquisas realizadas nesses territórios na capital e nos municípios do interior sergipano a partir dos anos 2000, serão apresentadas as discussões acerca dessa temática. Utiliza-se como categoria fundante o território e comunga-se com as discussões realizadas por Almeida (2008, p. 318), ao assim aludir: "O território é, antes de tudo, uma convivialidade, uma espécie de relação social, política e simbólica que liga o homem a sua terra e, simultaneamente, estabelece sua identidade cultural". A autora ressalta que o "território traduz um modo de recorte e de controle do espaço, garantindo sua especificidade, e serve como instrumento ou argumento para a permanência e a reprodução dos grupos humanos que o ocupam" (ALMEIDA, 2008, p. 318). Embora não tenha se referido à feira, a discussão apresentada pela autora traduz as relações de apropriação do espaço e a transformação em território pelos feirantes, com vistas à reprodução socioeconômica dos grupos familiares. Para feirantes e consumidores, a feira é considerada um território, uma vez que ela expressa uma relação identitária, "resultado de uma apropriação simbólica expressiva do espaço, sendo portador de significados e relações simbólicas" (ALMEIDA, 2005, p. 109).

Nessa perspectiva, busca-se neste artigo explicitar a heterogeneidade das feiras sergipanas, as similaridades e diferenças, as relações de gênero, a concretização de uma estratégia de reprodução social diante do desemprego, mas, também, um território enlaçado por relações econômicas, sociais, culturais e afetivas desenvolvidas entre os atores.

A EXPANSÃO DO MERCADO FORMAL DE DISTRIBUIÇÃO E CIRCULAÇÃO DOS ALIMENTOS E O REFLEXO NAS FEIRAS

Até a década de 1960, a comercialização dos gêneros alimentícios era realizada prioritariamente pelos Armazéns denominados Secos e Molhados, pelas mercearias e bodegas, além das feiras semanais. Nos estabelecimentos comerciais, assim como nas feiras,

a venda era feita à vista e a prazo, com as anotações do débito inseridas nas cadernetas e cadernos, nos quais os compradores eram identificados por apelidos ou pelo nome. As negociações do pagamento eram feitas junto ao proprietário ou a um membro da família. Os contatos entre consumidores, proprietário e os vendedores se davam de forma direta, logo, a opinião daqueles que estavam a serviço do estabelecimento era imprescindível no momento da compra para incentivar o consumo dos produtos.

Nos armazéns Secos e Molhados e bodegas as vendas também eram feitas em retalho. Comprava-se, por exemplo, meio quilo de açúcar, de arroz, de biscoitos, de banha, charque etc. As relações entre os fornecedores na escala local, estadual e regional eram amplas e os produtos elaborados na escala local não tinham marcas, mas, o nome do fabricante. Nesses estabelecimentos comerciais as trocas envolviam os negociantes mas, também, os fregueses "que muitas vezes assumiam também o papel de comerciante na medida em que levavam às bodegas produtos que podiam ser comprados pelos bodegueiros" (TELEGINSKI, 2016, p. 20). Era comum os agricultores levarem a banha do suíno, assim como o feijão seco, o mel, a farinha, garrafadas feitas com cachaça e ervas medicinais, entre outros produtos, que eram vendidos ou trocados nesses estabelecimentos por diferentes gêneros alimentícios.

Esses espaços constituíam pontos de encontros nos quais, geralmente à noite, os homens ficavam conversando, não raro tomando uma cachaça e degustando algumas comidas – em outros espaços somente a bebida –, conformando um lugar de sociabilidade masculina. As mulheres, por sua vez, raramente frequentavam esses espaços à noite, mas, durante o dia, ao fazerem alguma compra sempre aproveitavam para conversar com a(s) filha(s), a(s) vendedora(s) e/ou a esposa do proprietário. Mormente, durante o dia o proprietário exercia outras funções, como agricultor,

como comerciante na compra de mercadorias em outros lugares, como padeiro, uma vez que a padaria estava incorporada ao estabelecimento.

O crescimento urbano-industrial no Brasil pós-década de 1960-1970 repercute no avanço também do setor terciário nos centros urbanos de médio e grande porte, engendrados no setor varejista especialmente no comércio de alimentos com a expansão das redes de supermercados. Considerados por determinadas classes sociais como esferas do setor público e sobretudo pelo setor privado como paradigma da modernidade, esses estabelecimentos materializam as contradições sociais intrínsecas ao avanço do capitalismo, refletindo as relações estabelecidas marcadas pelo poder, com nítida hierarquia e apoio do Estado, e retumbando no fim das relações de sociabilidade, das negociações com os agricultores até então marcantes nas casas de comércio.

A expansão dos supermercados se concretiza com a intervenção do Estado. Pintaudi (1985, p. 31) menciona que "a política do Estado brasileiro de dar à Cobal (Companhia Brasileira de Alimentos)" a incumbência de " financiar a modernização dos métodos de comercialização" resultou no cenário de propagação e concentração da rede varejista. A autora lembra que, no período de 1964 a 1967, houve uma crise na economia, porém esse setor varejista, além de se expandir, começa a gerar a centralização das empresas.

A continuidade das políticas de Estado visando incentivar esse setor foi verificada no I Plano Nacional de Desenvolvimento – PND – (1972-1974), ao estabelecer como um dos seus objetivos a "expansão nos grandes centros urbanos de redes de supermercados e outros sistemas de autosserviço" (PINTAUDI, 1985, p. 33). Ainda a respeito do apoio do Estado, Mascarenhas (1992, p. 96) assevera: "Adaptados ao moderno sistema urbano, desfrutando de prestígio e apoio governamental, os supermercados se expandem rapidamente, formando extensas redes que atuam a nível nacional e até inter-

nacional". O Estado, dessa forma, aparelha e garante a expansão do comércio varejista e a iniciativa privada.

Com o suporte recebido do poder público, estabelecimentos comerciais de Secos e Molhados, grandes armazéns, passam por uma reestruturação vinculada à racionalização do espaço, contemplando "desde a largura dos corredores até a disposição das mercadorias e gôndolas, de forma não só a dirigir a circulação como também induzir às compras" (GAETA, 1995, p. 185). De fato, tal afirmação encontra sustentação quando se verifica nas feiras e pequenos mercados, como as mercearias e armazéns, a disposição/exibição das mercadorias, as quais, por vezes, ficavam amontoadas em virtude do reduzido espaço. A logística dos supermercados difere da dos Secos e Molhados, das bodegas e feiras também no tocante às negociações, uma vez que não são realizadas entre consumidor e vendedor.

Com o surgimento dos produtos acondicionados com suas marcas, a relação entre consumidor e vendedor "retalhista" altera-se, perde as suas funções. Nessas circunstâncias, conforme Lipovetsky (2007, p. 26), "o consumidor já não tem de confiar no vendedor, mas na marca, sendo a garantia e a qualidade dos produtos transferidas para o fabricante". O consumidor terá autonomia, liberdade da escolha, sem a ajuda ou a opinião do vendedor. Além disso, nesses estabelecimentos comerciais o objetivo exclusivo não é só vender o produto, mas também suscitar o desejo em consumir novidades, utilizando-se de estratégias de sedução nas embalagens. Para tanto, os supermercados investiram e investem maciçamente em publicidade, divulgando vantagens oferecidas ao consumidor relacionadas à oferta e promoções ou preços reduzidos de alguns produtos, assim como a comodidade e facilidade de encontrar diferenciados produtos em um único lugar, como ressaltam Martins *et al*. (2007).

Com o crescimento desses estabelecimentos de varejo, transações variadas foram realizadas e diversas redes estaduais e regionais passa-

ram a pertencer a conglomerados transnacionais, porém alguns mantendo o nome de fantasia anterior. Nessa nova fase do mercado de alimento com o domínio das corporações de escala global, nota-se que os objetivos fundamentais são a redução dos custos e o aumento dos lucros. Logo, as redes regionais, nacionais e aquelas transnacionais não estão preocupadas com a manutenção das relações sociais e dos impactos ambientais provocados com a produção de alimentos no modelo convencional focado no uso de sementes híbridas, transgênicas e o emprego exacerbado de agrotóxicos. Sonnino e Marsden (2006) classificam esses estabelecimentos de varejo como mercados convencionais, voltados, sobretudo, para o lucro, não se atentando aos aspectos ambientais e sociais da cadeia produtiva.

Atualmente as relações desses mercados convencionais com os agricultores fornecedores se estabelecem na articulação das compras, abalizadas em exigências vinculadas aos tipos de embalagens e higienização. Entretanto, não há negociação no que diz respeito aos preços dos alimentos comercializados pelos agricultores, assim como ao volume produzido e aos produtos a serem ofertados, quem os determina são os representantes dos estabelecimentos. Vale dizer que o não cumprimento do acordo significa o fim da relação comercial. A elevada exigência relacionada aos padrões de qualidade dificulta a inserção dos agricultores no mercado convencional, resultando na exclusão dos agricultores familiares (WILKINSON, 2008).

Embora as redes de supermercado, hipermercado e os atacarejos tenham se expandido nas cidades, na atualidade observam-se a continuidade e a resistência das mercearias e bodegas nos bairros e conjuntos habitacionais. Esses pequenos estabelecimentos comerciais adotaram o modelo do autosserviço, ainda que acomodados em pequenos espaços e com quantidade menor de mercadorias, mas já utilizam o cartão de crédito e reduziram sensivelmente a venda dos produtos em retalho.

Em contraposição à expansão dos mercados convencionais, que desfrutam de crédito para a sua ampliação e modernização, situação diferente é vivenciada pelos pequenos estabelecimentos comerciais e os feirantes. Não dispondo de apoio creditício, financiado pelo Estado, as alterações nos estabelecimentos são efetuadas com o uso de recursos financeiros individuais e/ou familiares.

Ainda que não apresentem espaços modernizados, as bodegas, mercearias, minimercados e as feiras crescem, atraindo consumidores das diferentes faixas etárias na capital sergipana e em todos os municípios do interior do Estado. Além disso, as feiras exibem, como território, um espaço apropriado onde essa estratégia da comercialização constitui uma oportunidade para trabalhadores desempregados, na busca de renda para a sobrevivência. Mas também se encontram nelas famílias de feirantes cuja atividade perdura há várias gerações, transmitindo as artes de fazer (De Certeau, 2002) negociar e configurando uma tradição enraizada. Portanto, constata-se que esse território de comercialização não foi preterido em face do avanço da rede convencional em Sergipe, como se discutirá na sequência.

AS FEIRAS LIVRES EM ARACAJU: O DOMÍNIO DA COMERCIALIZAÇÃO DE ALIMENTOS

Os anos de 1910 a 1920 representaram uma busca frenética pelas ostentações típicas nas cidades. Em Aracaju foram efetivadas transformações no espaço urbano aliadas à tendência nacional vinculadas ao progresso e à *Belle Époque*. Nesse período foram realizadas reformas urbanísticas como a construção do Mercado, considerada como uma obra monumental da administração do prefeito Graccho Cardoso. No entorno desse mercado foram instalados os armazéns Secos e Molhados, além de feiras que, anteriormente, aconteciam na Rua da Aurora, atual Av. Rio Branco (CRUZ, 2006).

Nos idos dos anos 1940, foi construído o Mercado Municipal Carlos Firpo, às margens da feira, na rua Carlos Correia, e nas

proximidades da Estação Ferroviária Leste Brasileira, onde eram recebidas mercadorias de outros estados e de alguns municípios sergipanos transportados pelos trens. Entretanto, os principais expoentes do abastecimento urbano foram os mercados municipais Thalles Ferraz e Antônio Franco, até os anos 1970, ladeados pelos estabelecimentos de Secos e Molhados. Posteriormente, alguns dos grandes armazéns transformaram-se em redes de supermercados, como os grupos G Barbosa e Paes Mendonça, que expandiram suas atividades para o estado da Bahia e outros estados nordestinos.

À medida que a cidade crescia como um reflexo do processo migratório, proliferavam as denominadas bodegas, os armazéns de secos e molhados, espraiando-se nos bairros da cidade até a década de 1970/80.

Nesse contexto, Aracaju atraía famílias do campo expulsas do espaço rural em decorrência do processo de modernização, outros fascinados pela implantação do distrito industrial e a maior oferta do setor de terciário, especialmente no comércio e na educação. França (1999, p. 165) afirma que "essa concentração da população corresponde a uma concentração de funções e de renda na região da Grande Aracaju". A autora ressalta ainda que esses fluxos intensos de todo o Estado de Sergipe tinham como objetivo "usufruir do comércio, e de serviços com saúde, educação e lazer". A instalação da Petrobrás, a exploração de recursos minerais, além da implantação da Universidade Federal de Sergipe e o investimento pelo Estado no setor habitacional, proporcionaram, na década de 1980, um crescimento substancial na população de Aracaju (Tabela 1).

Essa população migrante procurava manter os hábitos e a coexistência de atividades até então comuns e consideradas identitárias no espaço urbano. Além disso, a precariedade da oferta de alimentos concentrados no entorno do mercado municipal e alguns mercados setoriais impulsionava a população local avessa à compra de alimentos e carnes nas redes ou mercados convencionais a

buscar esses produtos nas feiras interioranas, nas proximidades da capital nos municípios de Areia Branca aos domingos, Itaporanga D'Ajuda e Itabaiana aos sábados. Tais atividades estavam relacionadas à aquisição de alimentos como assim era feito semanalmente nas cidades do interior. Essas feiras se expandiam com a frequência de consumidores/moradores da cidade de Aracaju.

Tabela 1- Sergipe – Aracaju. Evolução da População (1940-2019)

Anos	Sergipe	Aracaju
1940	542.326	59.031
1950	644.361	78.364
1960	760.373	115.713
1970	911.251	186.838
1980	1.156.642	299.422
1991	1.491.867	401.676
2000	1.874.475	461.5 34
2010	2.068.017	571.149
*2019	2.290.000	657.010

Fonte: IBGE. Censos Demográficos: 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010.
* 2019-IBGE: Estimativa da população.

Na década de 1980, surgem grandes conjuntos habitacionais como o Augusto Franco, localizado no bairro Farolândia, e o Orlando Dantas, no bairro São Conrado, e seus moradores, tendo em vista a distância ao centro da cidade, buscavam adquirir os gêneros alimentícios no seu bairro. Os moradores dessas e de outras localidades reivindicaram à Prefeitura Municipal de Aracaju a organização de feiras para o abastecimento local. Com a implementação dessas solicitações, o poder público começa a organizar a comercialização em logradouros públicos, "multiplicando as feiras, as quais passaram a ser frequentadas por consumidores de todas as classes sociais" (MENEZES, 2017).

As feiras estão enraizadas na identidade da população que as procuram com o objetivo mormente de adquirir gêneros alimentícios. Pesquisar essa estratégia significa descortinar o sentido dessa produção e comercialização para a vida de homens e mulheres,

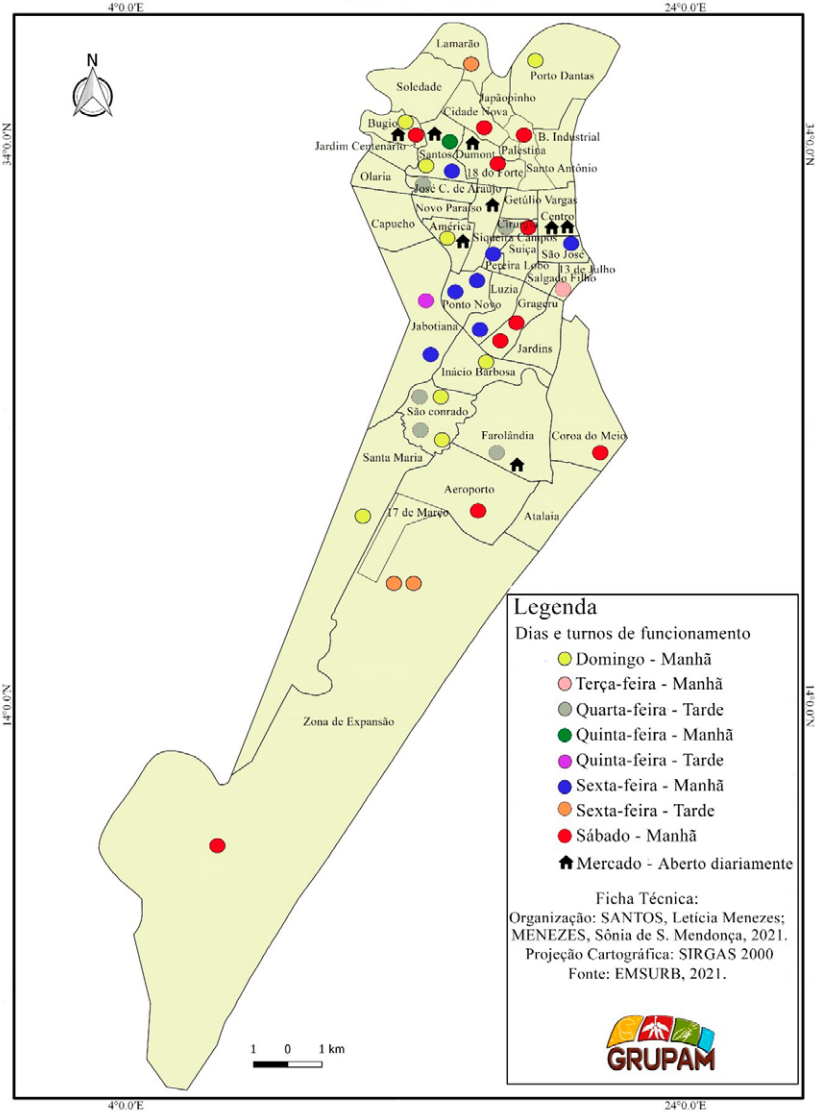
identificar as relações existentes entre os grupos de feirantes, entre feirantes e consumidores, assim como "interpretar o valor social a elas agregadas" (ALMEIDA, 2005, p. 323).

A estratégia da comercialização em feiras criadas pelos diferentes grupos sociais confirma a busca de soluções para as adversidades e problemáticas enfrentadas no dia a dia. Conforme enfatiza Claval (1995), é pela cultura ou por meio de atributos culturais que as populações fazem a sua mediação com o mundo e constroem um modo de vida particular, além de se enraizarem no território. Constam na Prefeitura Municipal de Aracaju cerca de trinta e seis feiras livres que comercializam nos diferentes bairros da cidade (Figura 1).

A feira tem início à tarde, no dia anterior, com a montagem das bancas na rua por empresas contratadas pela Prefeitura Municipal de Aracaju. Durante a feira observa-se, não raro, que as relações entre os fiscais e feirantes nem sempre são amigáveis. Instituídos de poder, os fiscais atuam coibindo e tratando com arrogância, sobretudo, aqueles vendedores ambulantes ou um novo feirante. Acontecem alguns pequenos conflitos na demarcação dos micro-territórios e nas alterações deles, levando os feirantes a saírem do local em que estavam assentados. Esse fato também é comum nas feiras do interior, entretanto, as alterações nas feiras interioranas ocorrem, especialmente, nas mudanças das gestões municipais.

Os feirantes chegam no local de caminhão, automóveis particulares vindos dos municípios do interior do estado e de diferentes bairros. O funcionamento das feiras em Aracaju em alguns bairros ocorre no turno matutino, geralmente ao raiar do dia, às 5 horas da manhã, semelhante aos municípios do interior sergipano. Em outros bairros, elas funcionam à tarde e há também aquelas cujas atividades se dão no período da tarde e à noite, a exemplo dos Conjuntos Augusto Franco e Orlando Dantas.

Figura 1 - Feiras e Mercados (Aracaju 2021)



Nas feiras livres da capital predomina a comercialização de alimentos. Nelas prevalecem as bancas com os produtos agrícolas, carnes, pescados, derivados do leite e da mandioca, cereais, especiarias, caldo de cana e pastéis. Além desses produtos alimentícios, foi identificada na feira do Conjunto Castelo Branco e nos bairros Santo Antônio e Santa Maria, a produção de comidas tradicionais, tudo feito de forma caseira, e também foram vistas algumas barracas onde comercializam acessórios para/de roupas, artigos de plástico e material de limpeza.

De forma análoga à das feiras estudadas por Vedana (2004) em Porto Alegre, nas feiras convencionais em Aracaju e no interior sergipano comumente são identificadas as artes de negociar – a pechincha, o regateio – pelos consumidores, além das artes de fazer e vender com jocosidades, chamamento feito mediante o uso de trovas e galanteios por alguns feirantes/comerciantes.

A comercialização é realizada por três grupos – o agricultor/feirante, o feirante/comerciante e as mulheres/feirantes –, de forma individual ou com o apoio de membros familiares. Quando são utilizadas mais de uma banca, por vezes é contratado um ajudante.

Evidencia-se a divisão sexual do trabalho, presente nas práticas comerciais nas feiras livres, com os distintos territórios de homens e mulheres. Às mulheres cabe a comercialização de comidas/alimentos tradicionais, as iguarias derivadas da mandioca, beijus, bolos, doces, especiarias e os mariscos. Em algumas bancas elas vendem peixes, em outras, verduras. As vendedoras de peixes, mariscos, crustáceos residem em Aracaju e, em algumas feiras encontram-se as marisqueiras, moradoras dos municípios litorâneos como Barra dos Coqueiros, Itaporanga d'Ajuda e São Cristóvão.

As mulheres marisqueiras trabalham durante a semana nos manguezais na atividade extrativa, labutam em casa limpando-os, beneficiando-os, e aos sábados e domingos vão às feiras comercializar esses produtos. Ao interpelar essas mulheres sobre o traba-

lho, elas ressaltam a disposição para os diferentes afazeres, mas, de forma recorrente, fazem referência à desvalorização do preço dos produtos e consideram os recursos obtidos como uma ajuda para a família, embora seja essencial para a sobrevivência. A entrevistada Maria dos Anjos afirmou: "Trabalho muito, no mangue, em casa, na limpeza do catado de caranguejo, de sururu, de ostra, para vender aqui na feira... Mas o que ganho é muito pouco, uma ajuda para comprar as coisas de comida e levar para casa" (6 fev. 2021). Essa narrativa do trabalho das mulheres no mangue, na casa e na feira nos remete às discussões efetivadas por Shiva (2016, p. 98): "Las mujeres dan de comer a sus famílias y sus comunidades, pero non tienen un puesto de trabajo; sin embargo trabajan más que los demás". Essa carga de trabalho ainda é considerada como ajuda, o que reflete a desvalorização do trabalho da mulher.

Outras mulheres comercializam as iguarias derivadas da mandioca, elas residem nos bairros América, no Novo Paraíso e no Santos Dumont, em Aracaju, além daquelas que moram nos municípios da região metropolitana como São Cristóvão e Nossa Senhora do Socorro.

Nas primeiras horas da manhã, especialmente às sextas-feiras, sábados e domingos, observa-se uma prática recorrente: a aglomeração de consumidores nessas bancas. Eles buscam os beijus tradicionais, os bolos, o pé de moleque com a massa puba, o saroio, a malcasada (Figuras 2 e 3) para o consumo na sua residência no café da manhã ou no trabalho, assim como nos lanches, como foi ressaltado em publicação anterior de Menezes (2017).

Figuras 02 e 03 Comercialização das iguarias derivadas de mandioca

Fonte: Pesquisa de campo. Feira do Castelo Branco, 2021.

Foram identificados em algumas bancas homens comercializando derivados da mandioca. Ao indagar esses feirantes a respeito da elaboração das iguarias, eles asseveraram que é a mulher/companheira a responsável pela produção de beijus, juntamente com a mãe, as filhas, mas elas necessitam continuar em casa, para organizar e produzir as iguarias para o dia subsequente, além disso, muitas não gostam de vender na feira. Essa assertiva se coaduna com as discussões de Woortmann e Woortmann (1997, p. 37), ao afirmarem que, contrapondo-se à posição masculina, a mulher ocupa um lugar determinado: "a casa, núcleo simbólico da família". Aos homens, cabe o domínio dos espaços públicos, às mulheres os espaços privados.

A feira livre sempre se constituiu como um espaço onde predominava e ainda predomina a comercialização de mercadorias pelos homens. Essa constatação nos remete à leitura da dominação masculina discutida por Bourdieu (2012, p. 18), que afirma: "a estrutura do espaço opondo o lugar da assembleia ou de mercados, reservados aos homens".

Na contemporaneidade, observa-se o crescimento do número de mulheres nas feiras convencionais, entretanto, persiste o domínio masculino. Os homens controlam a comercialização de diversos setores nas feiras, como as carnes, os derivados do leite, os cereais, as verduras e frutas. Para Bourdieu (2012), a divisão sexual, que assegura a dominação masculina, está fortemente presente nas práticas cotidianas, na ocupação e divisão do espaço, na organização do tempo. No território das feiras são perceptíveis a possessão e o domínio dos homens – os agricultores/feirantes e os feirantes/comerciantes – na comercialização dos diversos produtos.

Os agricultores/feirantes comercializam alimentos como as frutas, verduras e hortaliças, cultivadas nos seus pequenos estabelecimentos rurais e/ou dos seus vizinhos e parentes. Eles se utilizam dos circuitos curtos para comercializar produtos tradicionais por meio da relação direta com os consumidores. Renting, Marsden e Banks (2003) asseveram, como característica desse tipo de circuito ou comercialização, o julgamento feito pelos consumidores, com indagações sobre a procedência dos alimentos, os saberes utilizados na produção, os tipos de insumos usados nos cultivos e as técnicas para o combate de pragas.

De sua parte, esses agricultores/feirantes ressaltam o não uso de agrotóxicos, assim como as diferenças dos alimentos por eles cultivados daqueles oriundos da agricultura convencional e evidenciam a relação do cultivo com o calendário. Eles comercializam couve, alface, coentro, rúcula, cebolinha, ovos de galinha caipira, feijão de corda, fava, feijão verde, milho verde, maxixe, quiabo, abóbora, vegetais consumidos pelos sergipanos, frutas como a banana, jaca, laranja-pera e lima, maracujá, fruta-pão, abacaxi, acerola, limão e coco, produzidos no seu estabelecimento rural. Além de alimentos provenientes das roças e quintais plantados pelas mulheres – irmãs, sobrinhas, vizinhas. (Figuras 4 e 5).

Figuras 04 e 05: Comercialização de alimentos pelos agricultores/feirantes

Foto: Pesquisa de campo. Feira do Grageru, mar. 2021.

É visível nos últimos anos a procura das bancas dos agricultores/feirantes, por parte dos consumidores que visam ao consumo de alimentos dos circuitos curtos. Para eles, a compra dos alimentos cultivados de forma convencional é realizada para complementar a alimentação quando da escassez na oferta por esse grupo de feirantes. Observam-se a fidelidade dos consumidores alicerçada nas relações de confiança e os laços de amizade que vão se desenhando.

Na feira convencional, foi identificada a comercialização de produtos orgânicos por uma família do município de Campo do Brito. Inicialmente eles inseriam um *banner* com fotografias da produção especialmente, na feira do bairro Grageru (Figuras 6 e 7). Atualmente, já não se utiliza dessa ferramenta visual, uma vez que foi conformada uma rede de consumidores que, semanalmente aguardam a partir das cinco horas o jovem agricultor/feirante, ávidos para adquirir esses alimentos.

Às seis horas da manhã a banca está repleta de consumidores e, geralmente, às oito horas boa parte dos produtos já foi comercializada. Às nove horas as vendas estão concluídas, o que destoa dos demais feirantes, que permanecem na feira até às doze horas. Tal constatação denota a apreensão dos consumidores com a qualidade dos alimentos relacionados ao uso de agrotóxicos na agricultura e as preocupações com os problemas relacionados à

saúde. Para Goodman, Dupuis e Goodman (2012) e Schneider (2019), esse é um movimento de "virada para a qualidade" – *quality turn* –, que retumba na demanda de produtos com qualidades específicas.

Figuras 06 e 07: Alimentos orgânicos comercializados na feira livre

Foto: Pesquisa de campo. Feira do Grageru, fev. 2021.

Esse agricultor/feirante comercializa batata-doce, abobrinha, abóbora, berinjela, rúcula, vários tipos de alface, coentro, salsa, espinafre, couve, tomate-cereja, cenoura, beterraba, alho-poró, berinjela, cultivados exclusivamente por sua família. A oferta dos produtos é alterada de acordo com as estações do ano, de forma semelhante às discussões realizadas por Montanari (2008) acerca da comida e calendário. O feirante comercializa também no seu município às sextas-feiras, e seu pai vende em outras duas feiras na capital às sextas e sábados nos bairros São José e no Cirurgia, respectivamente.

Os feirantes/comerciantes que comercializam carnes bovina, suína e ovina geralmente são oriundos do município de Itabaiana e alguns municípios do sertão. Os derivados do leite são predominantemente comercializados pelos sertanejos, naturais dos municípios de Nossa Senhora da Glória, Gararu, Porto da Folha, Itabi, Nossa Senhora de Lourdes e Aquidabã, como foi citado por Menezes (2001, 2009), e expande-se o consumo dos queijos artesanais. Nos últimos anos verifica-se a presença de queijeiros, o que dista

das décadas passadas, nas quais era raro encontrar um produtor de queijo nas feiras de Aracaju.

Quanto ao consumo dos derivados do leite, nas pesquisas realizadas por Menezes (2001) os feirantes alegavam a redução do consumo da manteiga em creme produzida nas fabriquetas de queijo como um reflexo da alteração dos hábitos alimentares da população. Essa mudança estava relacionada com o aumento do uso das margarinas, vinculadas à expansão da soja e o seu beneficiamento pelos conglomerados transnacionais. Nessa direção, reporta-se às discussões elaboradas por Oliveira (1994), ao assinalar que as transnacionais investiram em *marketing* na propaganda e em outros setores como o da saúde e alteraram substancialmente o consumo de derivados animais. Ianni (2001) corrobora com a discussão, ao enfatizar que as estratégias do capital implicaram a substituição de dietas tradicionais por hábitos de consumo visando ao aumento dos lucros. De fato, as campanhas intensas dessas empresas no final da década de 1990 e no início do século XX reduziram de forma substancial o consumo da manteiga em favor do uso da margarina.

Todavia, nas pesquisas realizadas por Menezes (2009), foi constatado o crescimento do consumo da manteiga em creme, comerciantes e consumidores já ressaltavam que esse retorno estava relacionado ao descrédito em relação aos benefícios do produto industrializado, visto que, observava-se o aumento das doenças coronárias e do colesterol, embora utilizassem o citado produto industrializado.

Na atualidade, diante da desilusão dos discursos midiáticos e de setores da saúde, a população, além de ampliar o consumo da manteiga, passou a usar a banha de porco, produto desaparecido das feiras e das vendas nas mercearias e bodegas no estado de Sergipe nos anos 1980 até 2015 (Figuras 8 e 9).

Figuras 08 e 09 - Comercialização de derivados do leite – Carnes e banha

Fonte: Pesquisa de campo. Feira do Grageru, 2021.

A Prefeitura Municipal de Aracaju iniciou em 2005 a reestruturação das feiras, com a inserção de balcões frigoríficos para o comércio de derivados do leite, carnes e pescados, de acordo com as exigências da Anvisa e do Ministério Público. A Empresa Municipal de Serviços Urbanos (Emsurb) alocou, via processo licitatório, esses equipamentos, para assegurar as condições exigidas pelos órgãos públicos a fim de que esses feirantes/comerciantes continuem a comercializar nas feiras livres da cidade os produtos de origem animal.

Para além dos agricultores, que vendem hortifrutigranjeiros, são encontrados também nas feiras aqueles feirantes/comerciantes que adquirem esses alimentos diretamente no Mercadão em Itabaiana ou no Ceasa em Aracaju (Figuras 10 e 11).

Ao indagar acerca da origem das frutas – a uva, a manga, o mamão, o melão –, os feirantes ressaltam que adquirem com os atravessadores nos centros de abastecimento e elas são procedentes dos municípios de Petrolina, PE, e Juazeiro, BA. A pera, a maçã, o caqui, as ameixas entre outras frutas são produzidas nas regiões Sudeste e Sul do Brasil. Já o maracujá, o abacaxi, a acerola, a laranja, banana, além da manga colhida no período do verão, o umbu coletado no outono, a mangaba verão/outono e o abacate são cultivados e/ou coletados em Sergipe. Diferentemente do passado, as

feiras na atualidade ofertam, nessas bancas, frutas não produzidas na escala local. Ressoa, desse modo, o modelo do circuito varejista convencional. De acordo com os consumidores, comprar essas frutas nas feiras significa encontrar produtos com preço inferior ao do mercado convencional.

Figuras 10 e 11- Comercialização de frutas oriundas de outras regiões

Fonte: Pesquisa de campo. Feira do Santo Antônio, 2021.

Aqueles feirantes/comerciantes oriundos de Itabaiana, geralmente, têm uma tradição familiar de vender nas feiras. Os saberes, os ensinamentos são transmitidos por diferentes gerações. Não raro, podem ser encontradas nas feiras da capital e do interior as famílias reunidas em uma banca, sobretudo, aos sábados e domingos. Os filhos menores também participam, uma vez que, nos demais dias, se dedicam às aulas. Exceto os filhos menores, os membros da família trabalham rotineiramente em cinco, seis feiras semanais. Os demais dias são utilizados para a aquisição e organização das mercadorias em casa.

A inserção dos feirantes naturais de Aracaju decorre especialmente de um reflexo das crises econômicas, com o crescimento das taxas de desemprego. Eles buscam essa atividade, uma vez que, para comercializar, não se faz necessário o investimento com uma elevada soma de recursos financeiros.

Quanto às relações entre feirantes e consumidores na feira livre da capital e do mesmo modo nas feiras realizadas no interior, constatam-se aquelas de proximidade, solidariedade e confiança. Também se notam as dádivas, como oferendas, partilhas e prestações mútuas de serviços, como abordado por Sabourin (2011). É perceptível a confiança dos feirantes para com os fregueses, visto que, quando não têm o troco, eles confiam no consumidor. É comum afiançarem: "Leve o produto, você paga depois [...]". Ainda são perceptíveis as prestações mútuas de serviço entre os feirantes como: a venda do produto de seu vizinho e concorrente; a ajuda no momento da compra para facilitar o troco do freguês; uso da mesma balança, além das dádivas como as oferendas, doação e partilha de alimentos. Essas interações entre os feirantes com as relações de proximidade, reciprocidade, de produtos e serviços nos remetem às discussões desenvolvidas por Mauss (2003), assim como àquelas produzidas por Sabourin (2011), nas quais o autor enfatiza a continuidade de relações sociais e interpessoais na contemporaneidade, semelhantemente àquelas típicas do campesinato no passado.

As feiras da capital diferem das feiras semanais nos municípios em relação ao tempo dedicado pelos consumidores nesse território. Contudo, ratifica-se a fidelidade dos consumidores aos feirantes, e com o passar do tempo criam-se laços de amizade. Em algumas feiras realizadas à noite, para além das compras, alguns consumidores aproveitam para degustar comidas tradicionais e os pastéis regados com o caldo de cana. Nas manhãs dos sábados, geralmente, alguns jovens, ao regressar das festas, passam nas feiras para degustar também essas comidas, antes do retorno às residências.

AS FEIRAS NO INTERIOR DE SERGIPE: "ACÚMULO DE TEMPOS" E MULTIPLICIDADE DE MERCADORIAS

O dia de feira constitui um evento especial, sobretudo nas pequenas e médias cidades do interior sergipano, embora sejam encontrados no comércio local estabelecimentos comerciais como os supermercados com a oferta de produtos industrializados. Em inúmeros municípios os produtos agrícolas são adquiridos exclusivamente na feira.

A afinidade da população com esse acontecimento está imbricada na identidade territorial e na história dos municípios desde a sua formação. A venda de mercadorias não encontradas no dia a dia, para além do movimento, dos encontros, das negociações feitas nesse espaço com pessoas do lugar e outras oriundas de lugares próximos e mais distantes, marca a vida dos moradores da cidade. Os movimentos evidenciados nos estudos realizados por Mascarenhas e Dolzani (2008) são análogos àqueles nas feiras das cidades sergipanas, as quais apresentam uma agitação que difere do cotidiano.

Nas sedes dos municípios que centralizam atividades do setor terciário – Itabaiana, Lagarto, Nossa Senhora da Glória, Estância, Propriá e Tobias Barreto –, a dinâmica dessas feiras atrai feirantes e consumidores para além dos municípios circunvizinhos, mas, também consumidores da Bahia e de Alagoas, e, apresentam similaridades com a feira de Caruaru.

Nas feiras sergipanas são encontradas múltiplas mercadorias: alimentos – verduras, legumes, hortaliças, carnes, peixes, ovos; comidas tradicionais, iguarias derivadas da mandioca, bolos, doces variados, melaço, rapadura, produtos elaborados em padarias, especiarias, além dos produtos processados, o que denota a relação escalar do território que extrapolam o domínio do local e regional. Também são comercializados produtos industrializados: brinque-

dos, móveis produzidos em marcenarias locais, confecções, sapatos, utensílios domésticos, plásticos, louças, alumínio, ração para animais, confecções de vestuário, instrumentos de trabalho, utensílios domésticos, vassouras, artesanato de couro, barro e palha, bijuterias além de produtos importados.

Ainda que Almeida (2008, p. 319) não tenha se referido às feiras sergipanas, ao ressaltar que se trata de um "território multiescalar, aberto para acolher a diversidade de combinações espaciais que tecem as sociedades com a experiência individual", ao fazer a análise das feiras sergipanas comunga-se com ela, ao concluir os citados elementos comercializados. Em outra publicação, essa autora (2005, p. 110) assevera: "o território se pluraliza segundo escalas e níveis historicamente constituídos e sedimentados, englobando escalas como o local, o município, o estado, a região e o país". Acrescenta-se que essas escalas são ultrapassadas, ao ser comprovada não raramente a comercialização de produtos adquiridos no circuito longo - como os cds, dvs, rádios, aparelhos de som, perfumes adquiridos via atravessadores que comercializam produtos advindos do Paraguai.

A feira nos pequenos municípios constitui o evento mais importante. Para alguns inclusive é imprescindível, diante da redução de produtos agrícolas, reflexo do avanço dos cultivos do milho forrageiro, da cana-de-açúcar e da pecuária (MENEZES *et al.*, 2019a). Esse acontecimento se dá de forma periódica. De acordo com as discussões realizadas por Diniz (1987), elas conformam mercados disseminados em diferentes espaços do litoral ao sertão, prioritariamente compostos pelos verdureiros e marchantes que comercializam carnes de suínos, ovinos e bovinos.

A organização das feiras nas cidades sergipanas começa na tarde do dia anterior, quando as bancas são arrumadas nos logradouros públicos. Nos últimos anos, em alguns municípios, o seu início dá-se após a organização das barracas, como nos casos das feiras

de Nossa Senhora da Glória, Itabi e Nossa Senhora de Lourdes. Usualmente os moradores dessas cidades aproveitam para adquirir as frutas, verduras, hortaliças na tarde da sexta-feira e aos sábados retornam à feira para comprar outros produtos. No sábado, às cinco horas da manhã, os feirantes já estão a postos para comercializar as mercadorias

Os feirantes deslocam-se dos seus municípios de caminhão, automóveis, ônibus, muitos deles arrumam os produtos, improvisam uma cama embaixo das barracas e lá dormem e, ao raiar do dia, estão prontos para vender seus produtos.

A feira tem seu movimento mais intenso às sete horas da manhã e comumente termina por volta das treze horas. Nos pequenos municípios o término acontece antes desse horário e, por vezes, o início ocorre antes das cinco horas da manhã.

Observa-se que existe uma divisão sexual do trabalho, nos mesmos moldes que as feiras da capital sergipana. As mulheres, prioritariamente, ocupam as bancas, nas quais comercializam as iguarias tradicionais e produzem comida. Em outras elas vendem hortifrutigranjeiros, as aves abatidas. As "fateiras", assim chamadas as vendedoras de miúdos e vísceras dos animais, usualmente ocupam o espaço e comercializam produtos de reduzido poder de compra. Contudo, em algumas dessas bancas, observam-se os homens vendendo alimentos, como os derivados da mandioca, entretanto, a produção está sob a responsabilidade da mulher. Enquanto isso, a comercialização dos diferentes tipos de carnes, instrumentos de trabalho, utensílios domésticos, artesanato de couro, as bebidas, fumo, ração para os animais, suínos, ovinos fica a cargo dos homens.

Adentrar em uma feira no interior do estado é descobrir elementos culturais arraigados na identidade dos consumidores, relações de solidariedade, de amizade entre os feirantes e entre os feirantes e consumidores e a distinta relação do e com o tempo no

lugar. Diferentemente do que se verifica nas feiras livres da capital, no interior os consumidores vivenciam essa ambiência. O tempo dedicado a fazer a feira é para muitos um tempo excepcional: "A minha diversão hoje, na cidade, é ir à feira. É na feira que tem novidades, o colorido, o movimento, isto é, pulsa a vida. E agora na pandemia, só resta a feira" (M.I.). É na feira que se encontram parentes, amigos que moram no espaço rural, em outras cidades, na qual são ofertadas comidas não encontradas no cotidiano: o quebra-queixo, as iguarias derivadas da mandioca, as comidas tradicionais nas barracas, o caldo de cana, o melado, doces tradicionais. Sem contar a oferta das verduras, frutas, hortaliças, especialmente nos pequenos municípios.

Nas cidades do interior do estado de Sergipe a feira nos remete ao conceito da rugosidade, proposto por Santos (1996), referindo-se a um espaço com acúmulo de tempos, em que as feiras evidenciam as marcas de um tempo pretérito – "acresce-se que ele é dotado de uma historicidade caracterizada por seus ritmos específicos" (ALMEIDA, 2008, p. 319), assim como os sinais da modernidade, afloram territorialidades que designam os diferentes territórios.

Os vestígios do passado, as resiliências, estão presentes na banca, como o fumo em corda, onde se encontram os fumantes para conversar; nas bancas que comercializam cachaça e garrafadas, em que os homens se reúnem para tomar uma pinga ou um remédio para dor; nas bancas dos alimentos tradicionais, que oferecem as iguarias de milho e as derivadas da mandioca, como o pé de moleque, beijus, mal-casados, bolos em geral, cocadas, doces, prevalecendo como os alimentos identitários enraizados consumidos semanalmente; a comercialização do artesanato de barro com os potes, panelas, moringas e cabaças, que persistem. Afora esses, ainda são encontrados os territórios da comida de feira, elaboradas face a face, com alimentos da culinária local, consumidos em uma

grande mesa, que mescla conhecidos e desconhecidos, lugar de encontro de jovens com suas tribos à noite e durante o dia, feirantes, moradores de outros lugares, diferentes tempos (Figuras 12 e 13).

Figuras 12 e 13: Comercialização de comidas tradicionais na feira

Fonte: Pesquisa de campo. Feira de Nossa Senhora da Glória, 2018.

Entretanto, diante da pandemia observou-se alterações, como a troca das grandes mesas, por mesas pequenas, para cumprir com os protocolos de segurança exigidos pelos órgãos de saúde pública. (Figuras 14 e 15)

Figuras 14 e 15: Comercialização de comidas tradicionais na feira

Fonte: Fotos cedidas por Silva, J. Natan G. Nossa Senhora da Glória, abril, 2021.

Ladeados pelas marcas de tempo passado, verificam-se também os sinais do tempo presente, como as alterações na forma de pa-

gamento com o uso dos diversos tipos de cartão de crédito nessas barracas, fato que díspar do passado, quando a comercialização era feita com o uso do dinheiro líquido (Figura 14). Além desses estabelecimentos, é comum o uso dos diferentes cartões de crédito nas barracas de vestuário, calçados, como foi observado por Santos (2018), na aquisição de carnes, em alguns pontos de vendas de lanches.

Evidenciam-se também alterações em vários setores das feiras, e alguns sob o domínio da mulher vão sendo paulatinamente ocupados pelo homem. Até os anos 1990, era comum que comerciantes, sobretudo as mulheres, construíssem bancas para a venda de tecidos como brins, gabardines, seda, linho para os mais afortunados e roupas confeccionadas com tecidos grosseiros, vestimenta utilizada pelos homens no trabalho na roça. Nas últimas décadas, raramente se encontram bancas com a venda de tecidos, visto que as roupas utilizadas no campo não são produzidas com panos rústicos, como também não são feitas pelas costureiras da cidade. Esvaecem essas territorialidades. Espraia-se a oferta de roupas confeccionadas com tecidos sintéticos como o poliéster do Polo Industrial de Caruaru e Toritama utilizadas pelos homens na lida do campo, assim como pela população local. Outra alteração evidenciada, esse território de feira, anteriormente de domínio feminino, passa a ter o comando dos homens.

No passado, era comum a comercialização de remédios caseiros nas feiras – as pomadas, os emplastos, as garrafadas, as emulsões feitas com ervas medicinais. E os vendedores, para atrair os consumidores, utilizavam-se de alto-falantes e levavam em suas malas cobras e outros animais, o que ensejava o olhar dos compradores. Na atualidade raramente se encontra um feirante utilizando esses instrumentos para comercializar os antídotos. Essa é uma alteração identificada nas feiras do interior sergipano, assim como é incomum a presença de alguns profissionais que atuavam no conserto de panelas, relógios e bicicletas.

Os artefatos de couro anteriormente produzidos por artesãos sergipanos nos municípios sertanejos mínguam e expandem-se os produtos elaborados no município de Cachoeirinha, PE. Até a década de 1970, era comum a comercialização de panelas, potes, moringas, cabaças de barro nas feiras do interior de Sergipe. Esses produtos artesanalmente fabricados nos próprios municípios desaparecem de inúmeras feiras e, quando encontrados, são produzidos no município de Santana de São Francisco na região próximo à foz desse rio.

No que concerne à comercialização de verduras, hortaliças, legumes e frutas, de modo igual às feiras da capital, encontram-se os agricultores/feirantes, e dominam os feirantes/comerciantes que adquirem esses produtos no Ceasa e no Mercadão de Itabaiana. Os feirantes/comerciantes naturais do município de Itabaiana são identificados em praticamente todos os municípios sergipanos, dominando a comercialização de verduras. Além desses, é comum encontrar feirantes de Moita Bonita, Malhador, Nossa Senhora das Dores, Ribeiropólis, Aquidabã, municípios com tradição na comercialização das feiras, transmitida por diferentes gerações.

Em todas as feiras interioranas são vistas as frutas produzidas nas diferentes escalas, de modo semelhante àquelas retratadas nas feiras da capital. Para alguns, consumir frutas consideradas raras como a uva, a maçã, a pera, o caqui, a ameixa, produzidas em lugares longínquos, é um sinal da modernidade. Para outros, especialmente idosos, a atração por consumir essas frutas é algo esporádico, em virtude de uma indicação dos profissionais da área da saúde. Enquanto isso, os jovens as adotam como paradigma da modernização.

Contrapondo-se ao domínio da rede varejista convencional, persiste nas grandes feiras sergipanas e, sobretudo, nas médias e pequenas feiras a comercialização de produtos encontrados nos supermercados, mercearias e antigas bodegas. Nesses microter-

ritórios são vendidos, além dos cereais a granel como o feijão, arroz, farinha, milho, açúcar, os produtos industrializados: café, mortadela, sardinha, charque, biscoitos, vinagre, leite em pó, achocolatado, farinhas enriquecidas, féculas de milho e do arroz, farinha de milho, óleo, produtos de uso pessoal, de limpeza, vassouras etc.

Na feira de Lagarto, Santos (2018) alerta para o grande número de bancas na parte interna dos mercados, como também na feira, contrariando o domínio dos estabelecimentos comerciais de grandes redes de supermercados. O que atrai os compradores a adquirir esses produtos na feira? Para os consumidores os preços são atrativos. Nessas bancas, assim como naquelas que comercializam vestuário, é comum o recebimento do cartão de crédito. Além desses atributos ressaltados pelos fregueses, observa-se o uso dos sentidos ressaltados por Tuan (1980), uma característica dos consumidores, que utilizam o tato para sentir o tipo do feijão, do milho, do arroz a granel. Além disso, existe uma relação de proximidade e de confiança enlaçada, há décadas, entre consumidores e feirantes (SABOURIN, 2011) (Figuras 16 e 17).

Figuras 16 e 17: Comercialização de alimentos e produtos industrializados na feira

Fonte: Feira de Itabi, abr. 2021. Foto cedida por Maria de Fátima Resende Couto.

Nesses microterritórios observam-se as alterações nos hábitos alimentares da população interiorana, o crescimento da demanda

dos produtos industrializados como café, biscoitos, refrigerantes, produtos semiprontos, massas de macarrão, calabresa, mortadela, produtos pouco consumidos até os anos 1990. De acordo com os proprietários dessas barracas, a demanda de alimentos como os flocos de milho, utilizados para a elaboração do cuscuz, é elevada. Observam-se a variedade de indústrias que fabricam esse produto e a procura pelos consumidores que residem na zona urbana e rural. Evidenciam-se as ressignificações na alimentação, mas também o consumo de alimentos tradicionais.

As feiras tradicionais no interior sergipano engendram uma diversidade de produtos, de feirantes, e são essenciais para o abastecimento da população, sobretudo no tocante aos alimentos *in natura*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As feiras retratam *in loco* conceitos da geografia econômica, social, rural, cultural, enraizados em um território configurado por laços de proximidade, relações de sociabilidade afetividade, mas também relações de poder, sobretudo estabelecidas pelos fiscais investidos pelo poder público municipal e na capital nos últimos anos por empresas participantes de edital público pela Prefeitura de Aracaju para a organização de algumas feiras.

Conforme foi exposto, o território das feiras e a territorialidade dos distintos grupos de feirantes não têm sido afetados ou preteridos diante da expansão do mercado convencional. Observam-se no interior sergipano a aquisição de produtos nos atacarejos e a comercialização nas feiras, o que denota a força de uma tradição. Na capital predomina a comercialização de alimentos com a participação intensa de agricultores que se utilizam dos circuitos curtos para gerar renda essencial para a sustentabilidade da família. Além desse grupo, expande o número de novos feirantes com a crise e o desemprego.

É nítida a divisão sexual do trabalho nas feiras em Sergipe, em que as mulheres dominam a comercialização de alimentos tradicionais. E comprovaram-se a redução de bancas com a comercialização de tecidos e o avanço dos homens nas vendas de confecções e vestuário.

Também foram identificadas as alterações na produção de artefatos de couro, assim como na produção de roupas para o trabalho para os homens, com o domínio dos produtos elaborados na escala regional. Contudo, ficaram claras as resiliências, como a produção e comercialização de comidas nas feiras, no consumo das iguarias, na comercialização de fumo, cachaça e garrafadas, entre outros produtos.

Portanto, paradoxalmente, as feiras resistem e persistem, fortalecendo as territorialidades dos agricultores/feirantes, feirantes/comerciantes, mulheres/feirantes e alicerçados pela demanda dos consumidores/fregueses que buscam os cheiros, as múltiplas cores e sabores enraizados na identidade dos sergipanos e encontrados nesses territórios fluidos.

Essa prática contra hegemônica, configurada pelas artes de negociar, saberes e fazeres, contribui para a geração de renda e a reprodução de grupos familiares dos espaços rural e urbano. Nas feiras, afloram, com crescente nitidez, as diferentes temporalidades com suas resiliências, mas também as ressignificações, demandadas pelos consumidores, conformando um sistema entrelaçado não somente econômico, mas também sociocultural, afetivo, que une pessoas de localidades diferentes.

A feira é festa, a feira é vida em movimento, a feira é um dos elementos fundantes da identidade e uma manifestação cultural nos municípios sergipanos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Geralda de. Fronteiras, territórios e territorialidades. **Revista da ANPEGE**, v. 2, n. 2, p. 103-114, 2005.

ALMEIDA, Maria Geralda de. Uma leitura etnogeográfica do Brasil Sertanejo. *In*: SERPA, Angelo (org.). **Espaços culturais**. Salvador. Ed. UDUFBA, 2008. p. 313-336.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.

CLAVAL, Paul. ***Histoire de la géographie***. Paris: PUF, 1995.

CORRÊA, Roberto Lobato. **Trajetórias geográficas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

CRUZ, Jeferson Augusto da. **Uma mão de verniz sobre o Tabuleiro de Pirro**: ecos da *Belle Époque* em Aracaju (1918-1926). 2016. 192 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2016.

DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**: 1. Artes de fazer. Tradução Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 2002.

DINIZ, José Alexandre Felizola. As feiras de Sergipe e em seu entorno. **ECOS**: Ensaios Econômicos e Sociais, Aracaju, v. 1, 1987.

GAETA, Antônio Carlos. **São Paulo**: fisionomia e fetiche: novas formas urbanas e o processo de alienação. 1995. 196 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 1995.

GOODMAN, David; DUPUIS, E. Melanie; GOODMAN, Michael K. **Alternative food networks**: knowledge, practice, and politics. Abingdon: Routledge, 2012.

HOLSTON, James. **A cidade modernista**. São Paulo: Cia. das Letras, 1993.

IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censos Demográficos de 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000, 2010, 2019**: contagem da população. Brasília: IBGE, 2040-2000, 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. **A felicidade paradoxal**: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

MASCARENHAS, Gilmar. O lugar da feira livre na grande cidade capitalista: Rio de Janeiro (1964-1989). **Revista Brasileira de Geografia**, v. 54, n.1, p. 95-120, jan./mar. 1992.

MASCARENHAS, Gilmar; DOLZANI, Miriam C. S. Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 2, n. 2, p. 72-87, ago. 2008.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; ALMEIDA, Maria Geralda de. Pamonha, alimento identitário e territorialidade. **Revista MERCATOR**, v. 20, 2021. Disponível em: http://www.mercator.ufc.br/mercator/article/view/e20002.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; SILVA, Paulo A. S.; SILVA, Heberty R. C. Configuração espacial da geografia alimentar em Sergipe. Confins [on-line], v. 40, 2019a. URL: http://journals. openedition.org/confins/20412; DOI: https://doi.org/10.4000/confins.20412.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; ALMEIDA, Maria Geralda de; DEUS, José A. S. de (org.). **Novos usos do espaço rural e suas resiliências**: transformações e ruralidades em Goiás, Minas Gerais e Sergipe. 1. ed. Aracaju, SE: Criação Editora, 2020. E-book (PDF). Disponível em: https://editoracriacao.com.br/wp-content/uploads/2021/02/Novos-usos-do-Espaco-final-2.pdf. Acesso em:

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. **A força dos laços de proximidade na tradição e inovação no/do território sergipano das fabriquetas de queijo**. 2009. 359 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2009.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Comercialização de animais na feira: a tradição do saber fazer na arte de negociar. In: MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; FAGUNDES, Andhressa Araújo; MENDES, Geisa Flores; VOCI, Silvia Maria. (Org.). **Memória do sabor e sabor da memória**. 1. ed. ARACAJU: EDUFS, 2019b, v. I, p. 82-102.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Alimentos identitários: uma reflexão para além da cultura. **Revista GEONORDESTE**, ano XXIV, n. 2, 2013. Disponível em: https://seer.ufs.br/index.php/geonordeste/article/view/1516/1341. Aceso em:

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Iguarias derivadas da mandioca: do rural ao urbano o consumo de uma tradição nas feiras livres de Aracaju. *In*: ZANINI, Maria Catarina; SANTOS, Miriam de O. **Feira, feirinhas e feirões**: a "economia dos centavos" em foco. São Leopoldo: Oikos, 2017. p. 108-137. Disponível em: http://oikoseditora.com.br/obra/index/id/764.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2008.

OLIVEIRA, Ariovaldo U. O campo brasileiro no final dos anos 80. *In*: STÉDILE, João P. **A questão agrária hoje**. 2. ed. Porto Alegre: Ed. UFR-GS, 1994. p. 45-67.

PINTAUDI, Silvana Maria. Mudanças nas formas de comércio varejista e a implantação dos supermercados na Grande São Paulo. **Boletim Paulista de Geografia**, v. 66, p. 23-37, 1985.

RENTING, Henk; MARSDEN, Terry K.; BANKS, Jo. Understanding alternative food networks: exploring the role of short food supply chains in rural development. **Environment and Planning A**, London, v. 35, p. 393-411, 2003.

SABOURIN, Eric Teoria da reciprocidade e sócio-antropologia do desenvolvimento. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 13, n. 27, p. 24-51, 2011.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço**: técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, Vanessa Modesto dos. **Feira de Lagarto, SE**: cores, cheiros, sons, saberes e fazeres. 2018. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2018.

SCHNEIDER, Sérgio. Mercantilização e mercados: a construção da diversidade da agricultura na ruralidade contemporânea. *In:* SCHNEIDER, Sérgio; GAZOLLA, Márcio. **Os atores do desenvolvimento rural**: perspectivas teóricas e práticas sociais. 1. ed. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2011.

SHIVA, Vandana. **Quién alimenta realmente al mundo? El fracaso de la agriculturaindustril y la promesa de la agroecologia**. Traducción: Ame-lia Pérez de Villar. Madri: Artes Gráficas Cofás, 2016.

SONNINO, Roberta; MARSDEN, Terry Keith. Beyond the divide: rethinking relations between alternative and conventional food networks in Europe. **Journal of Economic Geography**, Oxford, v. 6, p. 181-199, 2006.

TELEGINSKI, Neli Maria. **Os dois lados do balcão**: armazéns, bodegas e cotidiano em Irati (1907-1970). São Paulo: Alameda, 2016.

TUAN, Yi-Fu. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Tradução de Livia de Oliveira. São Paulo; Rio de Janeiro: Difel, 1980.

VEDANA, Viviane. **"Fazer a feira**": estudo etnográfico das "artes de fazer" de feirantes e fregueses da feira livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre. 2004. 251 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.

WILKINSON, John. A renegociação do espaço rural por atores tradicionais, movimentos sociais e ONGs. *In*: WILKINSON, John. Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar. 1. ed. Porto Alegre, RS: Ed. UFRGS, 2008.

WOORTM ANN, Ellen F.; WOORTMANN, Klaas. **O trabalho da terra**: a lógica e a simbólica da lavoura camponesa. Brasília: Ed. UnB, 1997.

INSTITUIÇÕES SOCIAIS E ABASTECIMENTO ALIMENTAR CONTEMPORÂNEO: RESGATANDO A IMPORTÂNCIA SOCIOECONÔMICA DAS FEIRAS LIVRES TRADICIONAIS BRASILEIRAS

AUTOR

ABEL CASSOL
abelcassol@hotmail.com

INTRODUÇÃO

Nos últimos anos as ciências sociais têm experimentado a emergência de um rico conjunto de análises acerca dos aspectos referentes à alimentação. Seja em nível mundial ou nacional, o modo como as sociedades contemporâneas produzem, distribuem e consomem seus alimentos tem ganhado relevância, tanto em termos acadêmicos quanto na construção de políticas públicas. Academicamente, uma das faces visíveis desse movimento encontra-se na aproximação entre abordagens teóricas da antropologia e sociologia rural com as análises sociológicas da economia. Essa aproximação teórica é satelizada pelos temas alimentares e pela integração entre dimensões de produção, abastecimento e consumo cada vez mais convergentes nos estudos rurais (MURCOTT, 2019; SCHNEIDER; CASSOL, 2020). Anteriormente analisadas separadamente, essas dimensões têm sido interligadas em análises que levam em conta o papel dos sistemas alimentares para o desenvolvimento sustentável, a segurança alimentar, a transição nutricional e as mudanças climáticas (LAMINE et al., 2019; WILLET et.al. 2019).

Dentro desse contexto, os mercados alimentares – enquanto espaços nos quais as três dimensões citadas manifestam-se presentes – emergem como espaços centrais seja na problematização e compreensão das dinâmicas de interação econômica entre produtores e consumidores, seja como mecanismos de acesso a alimentação saudável garantindo a segurança alimentar das populações urbanas e contribuindo ao desenvolvimento de políticas públicas sustentáveis.

A partir dessa centralidade, os mercados alimentares assumem protagonismo na construção de estratégias de abastecimento para as cidades, tendo como foco processos de localização da produção e do consumo, suas capacidades em fazer circular conhecimentos e práticas tradicionais, atuar como espaços de sociabilidade e in-

teração que vão além das trocas econômicas, produzir inovações e resgatar os vínculos entre produção agrícola (rural) e consumo (urbano) (CASSOL; NIEDERLE, 2019).

A despeito desse florescimento dos mercados, há um limite pouco salientado pelas pesquisas da área. Especialmente no Brasil (mas também na América Latina), a maioria dos estudos tem se baseado em definições e abordagens europeias dos mercados, contextos alimentares muito diferentes da realidade nacional. Enquanto que a Europa experimentou efetivo processo de desconexão entre produtores e consumidores, nos países do Sul Global (Am. Latina, Ásia e África) essa realidade é bem menos presente (FONTE, 2010). Isso tem resultado numa preferência por estudos e pesquisas que privilegiam os mercados de agricultores (*farmer's markets*), especialmente as feiras orgânicas e agroecológicas ou exclusivas de agricultura familiar, nas quais produtores e consumidores interagem diretamente sem a presença de intermediários. A essa interação direta é atribuída a possibilidade de reconectar produtores (agricultura) e consumidores (sociedade).

Apesar da inegável importância desses mercados – notadamente enquanto espaços de difusão de práticas alimentares sustentáveis e saudáveis – tem-se deixado de lado um contingente significativo de mercados tradicionais que fazem parte da história do abastecimento brasileiro e que ainda são acessados por boa parte da população[1].

Coloquialmente conhecidos como feiras livres, esses mercados tradicionais foram amplamente pesquisados pela sociologia rural brasileira entre as décadas de 1960 e 1980, perdendo seu protagonismo posteriormente com o avanço dos supermercados e outras formas mais modernas e reguladas de abastecimento (inclusive os mercados de agricultores) (REARDON; TIMMER, 2007).

1 Pesquisa relativamente recente no Brasil identificou que 72% das feiras municipais encontradas correspondem a esse tipo de mercado (MDS, 2014).

Conceitualmente, os mercados tradicionais podem ser definidos como *espaços nos quais alimentos e outros produtos são vendidos nas ruas, em locais cobertos regulamentados ou em espaços informais, e que servem de fonte de alimentos e produtos populares* para significativo número de pessoas (GONZÁLES, 2018). Esses espaços, ainda que congreguem em seu interior agricultores locais e seus produtos, também se caracterizam pela participação de pequenos comerciantes, vendedores ambulantes e trabalhadores que interagem e competem sistematicamente pelos consumidores. Ademais, a referência à tradição conecta-se à antiguidade desses espaços em relação àqueles ocupados apenas por agricultores e que tem se proliferado nos últimos 20 anos, fator que os conecta as questões de identidade (CASSOL, 2018).

O objetivo desse artigo é retomar o debate sobre as feiras livres que orientou inúmeros trabalhos da sociologia rural brasileira em décadas anteriores. À luz das novas discussões trazidas pela emergência do debate em torno dos mercados, pretende-se demonstrar como o funcionamento e a gestão dos mercados tradicionais são feitos a partir de dinâmicas e normas sociais que os diferenciam seja dos mercados de agricultores, seja dos mercados "convencionais". Mais do que isso, argumenta-se que tais diferenças podem constituir-se como estímulos à concretização de políticas de abastecimento urbano sustentável e conectadas ao local.

Para tanto, utiliza-se uma abordagem institucionalista da economia e dos mercados. Ao invés de focar nas dimensões interativas (redes sociais) nesses espaços, se defende que os mercados (feiras livres) são resultado de um conjunto de instituições sociais formadas no processo sócio histórico de ocupação das regiões nas quais se encontram, definindo os modos de participação dos atores, as práticas de exposição, manuseio e consumo dos produtos e as interações e transações econômicas estabelecidas entre feirantes e consumidores.

Os dados analisados fazem parte de um estudo mais amplo, realizado entre 2014 e 2018 com dois dos principais mercados alimentares tradicionais brasileiros: a Feira Central de Campina Grande, na Paraíba, e a Feira de Caruaru, em Pernambuco. Foram realizadas 35 entrevistas semiestruturadas com atores-chaves (feirantes, agricultores, representantes de órgãos municipais, sindicatos, etc.), além de análise documental e bibliográfica e observação direta em campo (CASSOL, 2018).

O artigo divide-se em seis seções a contar dessa introdução. Na segunda seção resgatam-se os estudos clássicos sobre feiras livres no país, demonstrando-se como esses espaços possuem características específicas ligadas aos aspectos sociais e culturais nos quais se inserem. Na terceira seção apresenta-se a abordagem institucionalista da economia utilizada para compreender os mecanismos de funcionamento desses mercados. A seção quatro discorre sobre o processo sócio histórico de ocupação do território e a construção social das feiras livres pesquisadas. A quinta seção analisa as principais instituições sociais ordenadoras da vida econômica presentes nas feiras de Campina Grande e Caruaru. Finalmente, as considerações finais são desenvolvidas na seção seis.

OS MERCADOS ALIMENTARES TRADICIONAIS BRASILEIROS E SUAS ESPECIFICIDADES: UMA RETOMADA NECESSÁRIA

As pesquisas sobre mercados tradicionais possuem extenso lastro no Brasil. Historicamente, o surgimento dos mercados remete ao crescimento e consolidação das cidades, servindo como espaço de escoamento dos excedentes agrícolas, do estabelecimento de relações econômicas de trocas e da aglutinação de atores diversos que passam a recorrer a eles de modo cotidiano (BRAUDEL, 1998; MOTT, 1975).

No caso brasileiro, Mott (1975) afirma que o primeiro registro deste tipo de comércio remonta a um Regimento de 1548, enviado pelo rei Dom João III no qual ordenava "que nas ditas vilas e povoados se faça em um dia de cada semana, ou mais, se vos parecerem necessários: feira a que os gentios possam vir vender o que tiverem e quiserem comprar o que houverem mister (...)" (MOTT, 1975, p. 309). Segundo o autor, o objetivo por trás desta medida era propiciar aos nativos a possibilidade de comprar produtos e vender aquilo que produziam. Desta forma, as feiras livres, enquanto espaços regulares e periódicos de comércio teriam sido implantados no Brasil a partir da influência dos colonizadores portugueses, ainda que existissem formas de troca anteriores entre os nativos brasileiros (MOTT, 1975).

Essas feiras de tipo tradicional foram objeto de inúmeros estudos realizados na região Nordeste. Por ser território de início da ocupação colonial brasileira, é ali que as feiras tradicionais mais se desenvolveram e na qual ainda hoje se encontram presentes. Historicamente, Andrade (1973) identificou o surgimento das feiras de gado e de farinha nos territórios nordestinos com pecuária extensiva consolidada (Agreste e Sertão). Conforme ele, a regularidade dessas feiras foi erigindo "praças" de comércio integrando pequenos produtores e comerciantes, os quais complementavam a oferta de gado e farinha com produtos de subsistência (hortaliças e frutas) e itens da alimentação regional (rapadura, cachaça, etc.) (ANDRADE, 1973). Esses comércios incipientes deram origem a grandes cidades com vocação comercial.

Concomitantemente, na região litorânea nordestina, em que o ciclo da cana-de-açúcar se estabeleceu, as feiras livres passaram a se desenvolver pela necessidade de abastecimento desta região, carente na produção de gêneros alimentícios (ainda que se registrassem pequenas produções de subsistência nas áreas não destinadas ao cultivo da cana) e demandante da produção pecuária es-

tabelecida no Agreste e no Sertão (ANDRADE, 1973; 1991). Isto é, no contexto da grande propriedade canavieira, as feiras emergem como espaços complementares nos quais são possíveis abastecer-se de produtos da culinária regional e de gêneros alimentícios de primeira necessidade.

Nos anos entre as décadas de 1960 e 1980, a sociologia e antropologia rural brasileira se debruçaram sobre esse contexto socioeconômico particular da economia nordestina, colocando os mercados tradicionais no centro do debate. As transformações ocorridas no sistema produtivo da *plantation* açucareira permitia aos analistas compreender em que medida o capitalismo brasileiro efetivamente se consolidava e rompia com relações econômicas arcaicas e formas antigas de trabalho. Nesse sentido, analisar como o processo de modernização da produção canavieira desenvolvia-se ao mesmo tempo em que se mantinham relações de trabalho e produção semifeudais, tornava-se um terreno empírico fértil para a compreensão das novas dinâmicas socioeconômicas do país naquele período[2] (PALMEIRA, 2013).

Um dos elementos visíveis dessa contradição entre tradicional e moderno era a relação entre feira e barracão que vai permear o debate sobre novas formas de trabalho e novas dinâmicas sociais geradas pelo capitalismo à época[3]. É nesse debate que os mercados tradicionais (feiras) assumem papel central para a compreensão

2 Não é demasiado lembrar que o período referido é aquele no qual o país efetivamente passa a industrializar-se, as grandes cidades a desenvolverem-se e a agricultura a se transformar, tendo como resultado novas e expressivas mudanças nos processos de desenvolvimento nacional que não serão aqui aprofundadas. Para uma análise resumida ver Cardoso de Mello e Novais (2009).

3 "Barracão" refere-se aos pequenos comércios alimentares que eram realizados dentro das usinas de cana e que, controlados pelos grandes proprietários, tinham como função abastecer de alimentos os trabalhadores e moradores dos engenhos. Com o enfraquecimento do sistema de *plantation* e a expulsão dos moradores esse comércio irá se "transferir" para fora das usinas, proliferando as feiras livres. Não há espaço aqui para tratar desse debate, porém informações podem ser apropriadas em Palmei-

dessas novas dinâmicas. Conforme elucida Palmeira (1971/2014) o processo de expulsão dos moradores dos engenhos, expressivo a partir dos anos 1940 estabeleceu uma nova divisão social do trabalho que atingiu "tanto o próprio processo produtivo dentro das unidades agrícolas quanto à circulação e o consumo de bens de subsistência" (PALMEIRA, 1971/2014, p. 325). Na dimensão da circulação e do consumo o crescimento expressivo das feiras livres foi uma das consequências mais visíveis desse processo. Pequenos produtores, arrendatários (muitos deles antigos moradores de engenhos), trabalhadores da rua[4], moradores, operários, entre outros atores sociais da época, passaram a recorrer às feiras livres para comerciar e trocar alimentos e itens de subsistência.

Dessa forma, as feiras livres passam a serem analisadas como lugares privilegiados de comercialização da pequena produção e como expressões das transformações em curso nas relações socioeconômicas regionais (GARCIA 1984; GALVÃO 1994; PAZERA JR, 2003). A sua constituição permite a entrada de novos agentes econômicos (como os pequenos produtores) nos mercados de alimentos locais e o desenvolvimento de novas relações comerciais entre eles. Dessa forma, esses mercados são vistos como exemplares do processo de diversificação e dinamização econômica das regiões rurais nordestinas, ao mesmo tempo em que se estabelecem como espaços integradores de aspectos e práticas culturais ligadas ao desenvolvimento do comércio camponês, à formação de mercados alimentares regionais e ao crescimento das cidades (PALMEIRA, 1971/2014; GARCIA, 1984; 1992; 2008).

ra (1971/2014; 2013), Garcia (1977; 1984), Heredia (1979), Garcia Jr (1983).

4 Trabalhadores da rua eram aqueles trabalhadores expulsos ou moradores entre uma morada e outra, residindo em pequenas cidades e povoados circunvizinhos às usinas (PALMEIRA, 2013).

São diversos os autores que se dedicaram ao tema. Palmeira (1971/2014) demonstrou como o crescimento das feiras foi resultado direto das transformações estruturais da economia agrícola nordestina da época. A liberação da mão de obra canavieira simultânea ao fracionamento dos engenhos em crise permitiu a ocupação e uso das terras por uma parcela de arrendatários e/ou pequenos proprietários que passaram a recorrer a esses mercados para escoar suas produções.

Garcia (1977; 1984) dedicou-se ao tema em estudos já considerados clássicos. Num primeiro momento, a autora pesquisou o *bacurau:* feira noturna que ocorria no interior das usinas e que congregava usineiros, moradores, trabalhadores, pequenos produtores autônomos e intermediários do agreste paraibano (GARCIA, 1977). Posteriormente, ela analisou as incipientes feiras urbanas do Brejo e do Agreste Paraibano, constatando que esses espaços caracterizavam-se por uma maior liberdade de ação e de negócio aos camponeses e (antigos) trabalhadores das usinas[5]. Para ela, as feiras seriam elementos de articulação social que se organizam de acordo com a estrutura na qual estão inseridas (GARCIA, 1984, p.04). Ademais, elas possuiriam três funções delimitadas: lugares de escoamento e de trocas regionais de produtos de subsistência; espaço de compra e venda de manufaturas; e locais de prestação de serviços (GARCIA, 1984, p. 57).

A partir dessas três funções, Garcia realiza uma exuberante etnografia das feiras analisadas demonstrando sua organização espacial hierarquizada por gênero e renda, os distintos tipos de produtos e suas categorias (peixes e carnes, frutas, legumes, ma-

5 A liberdade a qual a autora se refere diz respeito à comparação com as feiras de "barracão" ou usina, as quais eram completamente controladas pelos senhores de engenho, os quais definiam os preços e os produtos que poderiam ser negociados. Diferentemente, nas feiras livres urbanas então em desenvolvimento, os trabalhadores e camponeses podiam decidir autonomamente o quanto cobrar e o que vender, sem a interferência dos grandes proprietários (GARCIA, 1984, p. 73).

nufaturados e cereais), além das formas de circulação desses produtos e das pessoas que abastecem esses mercados. Ou seja, ela identifica como se mesclam relações econômicas e sociais na construção das feiras.

Posteriormente, a mesma autora aprofunda a questão de gênero ligada aos mercados tradicionais (GARCIA, 1992). Ela constata que apesar das feiras nordestinas serem ambientes masculinos, há um relativo crescimento da participação feminina nesse tipo de comércio. Essa participação crescente, contudo, reflete a divisão sexual do trabalho encontrada nas unidades de produção camponesas, a qual atrela o trabalho das mulheres, independente de sua natureza, à categoria inferior de "ajuda". Também, a autora identifica um estímulo familiar aos filhos homens para assumir postos de trabalho nas feiras, o que não ocorre em relação às mulheres (GARCIA, 1992).

Heredia (1979) é outra autora que identifica a "divisão sexual do trabalho" no interior das feiras livres. Do mesmo modo que Garcia, ela verifica que cabem às mulheres nesses espaços atividades "secundárias". Essas atividades manifestam-se na proibição da participação feminina nas negociações nas feiras, ou na comercialização, apenas quando estritamente necessário, de produtos agropecuários "menos fundamentais" – e, nesse sentido, de menor importância para a renda familiar – tais como frutas e verduras. A farinha de mandioca, o feijão e o milho, bases do *roçado*, nunca são comercializados pelas mulheres[6].

Sob outra perspectiva, Vieira (1980) analisa as feiras livres através de um viés estritamente econômico. Para ela, o desmantelamento das relações tradicionais entre proprietários e trabalhadores

6 A autora faz uma brilhante etnografia das dinâmicas do trabalho familiar camponês na região nordeste. Para o que nos interessa aqui, ela demonstra como as categorias de *roçado* **e** *casa*, que estruturam as atividades socioeconômicas e produtivas familiares, em todas as suas dimensões, inclusive nas feiras, refletem divisões de gênero, sendo o *roçado* espaço masculino e a *casa* espaço feminino.

das usinas, apesar de terem resultado no crescimento desses mercados locais, geraram apenas uma liberdade relativa aos pequenos produtores e arrendatários. Essa liberdade parcial decorreria do fato de as feiras livres estarem inseridas no modo de produção capitalista, que teria suas relações de dominação e poder reproduzidas em nível micro nesses espaços.

A análise das pesquisas acima demonstra a centralidade sócio-antropológica denotada às feiras livres no processo de transformação da economia agrária e rural brasileira dos anos 1960-80. É possível notar como as feiras floresceram a partir das mudanças ocorridas nos sistemas agropecuários tradicionais, resultando na emergência de novos atores e novos circuitos de trocas. Assentados em aspectos culturais tradicionais, esses circuitos gradualmente foram se desenvolvendo e consolidando ao mesmo tempo em que o interior se urbanizava e as cidades cresciam. Nota-se, portanto, as especificidades dos mercados tradicionais enquanto espaços de abastecimento alimentar *sui generis*, agregadores de formas de sociabilidade tradicionais, mas também espaços de dinamização de novas redes e atores econômicos.

Recentemente, os estudos que têm se dedicado ao tema das feiras livres, especialmente no contexto nordestino, centram suas análises nas transformações pelas quais esses mercados passaram nos últimos anos. Principalmente, identificam que a partir dos processos de globalização dos anos 1990, as feiras livres passam a ser vistas como espaços "atrasados", dos quais se exigem novas ("modernas") normas e regulamentações que possibilitem sua adequação ("modernização") (ARAÚJO, 2011; ALBUQUERQUE, 2003; CARDOSO; MAIA, 2010). Nesse sentido, esses mercados passam a ser analisados mais pelos "resquícios" culturais que (ainda) mantêm do que pelo seu papel no abastecimento alimentar.

Ao mesmo tempo, a partir da segunda metade dos anos 1990, o debate sobre mercados alimentares é renovado com a emergência da

"virada da qualidade", processo ocorrido majoritariamente nos países europeus (GOODMAN, 2002; FONTE, 2010). Resumidamente, esse processo se caracteriza por uma virada nos estudos alimentares em direção à qualidade, em detrimento à quantidade e a oferta irrestrita dos alimentos. Assim, as análises deslocaram-se de um foco quase exclusivo na produção dos alimentos, incorporando de maneira relacional a comercialização e os consumidores (CASSOL, 2018).

Esse processo recoloca os mercados alimentares no centro do debate acadêmico. Se nos anos 1960/80 eles foram objetos de pesquisa para compreender o grau de consolidação do capitalismo no país, agora eles retornam como espaços essenciais para a efetivação de sistemas alimentares eficientes, saudáveis e sustentáveis (BLAY-PALMER et al., 2018) [7].

Porém, essa retomada dos mercados alimentares tem sido realizada a despeito das feiras livres tradicionais. Apesar da diversidade de pesquisas realizadas no passado e da centralidade atribuída a elas naquele momento, a reemergência dos estudos sobre mercados nos últimos anos tem se dado (quase) exclusivamente por meio das análises dos mercados de agricultores (*farmer's markets*) e seus correlatos. Pouca atenção tem sido dispensada aos mercados tradicionais, especialmente em termos das suas contribuições ao abastecimento urbano, à garantia da segurança alimentar e nutricional e ao desenvolvimento de políticas públicas sustentáveis.

Nesse sentido, esse artigo busca resgatar a importância e a centralidade das feiras livres para os processos de abastecimento alimentar brasileiros. Para isso, reivindica uma abordagem institucionalista da economia, detalhada a seguir.

7 Uma ótima revisão da bibliografia sobre feiras no Brasil ao longo do tempo e suas principais dimensões analíticas pode ser consultada em Araújo e Ribeiro (2018).

A ABORDAGEM INSTITUCIONALISTA DOS MERCADOS ALIMENTARES TRADICIONAIS

Conforme referido, os estudos rurais têm congregado abordagens da sociologia econômica para analisar e compreender os mercados alimentares. Majoritariamente, as análises têm feito uso da abordagem de redes sociais para demonstrar como os mercados se estruturam a partir de diversos atores, organizações sociais e agentes públicos ligados às dimensões de produção, distribuição, comercialização e consumo alimentar (GOODMAN; DUPUIS; GOODMAN, 2012).

Nesse sentido, as pesquisas sobre mercados alimentares têm analisado os aspectos e características contextuais das trocas, as interações entre feirantes (produtores) e consumidores, as relações de proximidade e sociabilidade no interior das feiras, a importância das associações e organizações coletivas e públicas na construção dos mercados e toda uma miríade de dimensões que tem como foco os processos de interação social (CASSOL, 2018).

Esses estudos são bem sucedidos em demonstrar a diversidade dos mercados alimentares e as distintas estratégias levadas a cabo pelos atores na sua construção. Do mesmo modo, identificam os aspectos interativos que orientam as ações econômicas. Por exemplo, analisando como as relações interpessoais e de proximidade nas feiras geram confiança entre os atores, ou como a qualidade dos alimentos também pode estar associada à recorrência das interações nesses mercados (CASSOL; SCHNEIDER, 2017). Indiretamente, essa preferência pelas redes tem orientado as análises majoritariamente aos mercados de venda direta, nos quais essas interações (entre produtor e consumidor) são mais visíveis.

Contudo, os estudos referidos não abordam uma das questões principais relacionadas aos mercados, especialmente aqueles que envolvem a comercialização de alimentos: a dimensão valorativa compartilhada entre os atores e que os coloca em interação (CASSOL, 2018). Ou seja, por priorizarem os aspectos e dimensões es-

truturais e interativas dos mercados alimentares, os estudos não explicam porque os atores se colocam em rede.

Para avançar nesse sentido, propomos uma análise dos mercados enquanto instituições. Os mercados estão imersos e obedecem às idiossincrasias locais de produção, comercialização, manuseio e consumo dos alimentos que se orientam a partir de valores culturais compartilhados dentre os atores que agem na sua construção. São, portanto, instituições sociais. Nesse sentido, as relações econômicas estabelecidas nos mercados não se baseiam apenas em critérios de oferta e demanda, preço ou liquidez, mas em valores e normas específicos que balizam as interações entre os agentes.

Nessa ótica, as instituições sociais podem ser definidas como o conjunto de valores sociais e culturais, formados e mobilizados no processo histórico e contextual de construção dos mercados, nos quais as ações econômicas estão imersas (POLANYI, 1980). Essas instituições são as responsáveis por construir redes de interação econômicas e definir normas e regras de transação que orientam as práticas dos atores nos mercados (CASSOL, 2018).

No caso dos mercados alimentares, isso quer dizer que os modos como os feirantes e consumidores interagem entre si (estratégias de negociação, construção de preços, redes de comércio, qualidade atribuída aos produtos, justificações de consumo, etc.) e com as organizações do setor público (fiscalização, regras formais, sanidade, etc.) são definidos por um conjunto de instituições (valores sociais e culturais) compartilhadas entre eles e que foram sendo estabelecidas ao longo do processo de formação do tecido social e econômico local.

Essa visão se coaduna com a perspectiva esposada por Polanyi (1957; 1980), segundo o qual os mercados, e as instituições econômicas de modo geral, são produtos históricos e correspondentes às diferentes características sociais e culturais de cada época/região. A economia é um "processo instituído" estabelecido a partir das

interações entre os homens e seus ambientes sociais e naturais. Esse processo se estabelece, para o autor, em dois níveis distintos: o da própria atividade interativa entre os atores e seu entorno, que pode ser material e/ou social; e o nível da institucionalização dessa atividade, isto é, o processo através do qual a economia é integrada (organizada) à sociedade (ESCHER; SCHNEIDER, 2011)[8].

Portanto, há um conjunto de instituições sociais que organizam e orientam a vida econômica dos atores que interagem nos mercados alimentares. Essas instituições definem maneiras de agir e negociar que são compartilhadas localmente, gerando práticas socialmente legítimas e conectadas à dimensão cultural e identitária subjacente às feiras livres. As instituições, ainda, vão definir as características desses mercados, seus modos hierarquizados (por gênero, renda, etc.) ou suas divisões setoriais internas, conforme pioneiramente identificou Garcia (1984), ainda que a partir de outro referencial teórico.

Nesse sentido, mesmo os mercados tradicionais, nos quais a participação de agricultores é minoritária em relação a outros atores, são construídos e reproduzidos sobre instituições distintas ("alternativas") àquelas encontradas em outros mercados de alimentos. Essa distinção, que se materializa nas dinâmicas de negócio e transação, na organização desses espaços e nas preferências de consumo, longe de ser vista como expressões do "atraso", necessita ser reconhecida como forma de reestabelecer a importância socioeconômica (e sociológica) desses mercados para o abastecimento contemporâneo das cidades brasileiras. Por serem espaços tradicionais, tais mercados muitas vezes tornam-se expressões dos

8 É importante referir que a abordagem institucionalista da economia não se esgota em Polanyi, pelo contrário. Há uma diversidade de abordagens que colocam as instituições no centro da análise econômica e que perpassam diferentes épocas e disciplinas das ciências sociais. Boas referências podem ser consultadas em Brinton e Nee (1998), Smelser e Swedberg (2005) e Hodgson (2006).

modos de vida locais, mantendo sua importância cultural e servindo de ponto de acesso popular a ampla diversidade de produtos.

No caso da Feira Central de Campina Grande/PB e da Feira de Caruaru/PE, conforme veremos abaixo, há um conjunto de instituições sociais específicas que orientam a reprodução e o funcionamento desses mercados, e que são mobilizadas pelos atores para justificar suas escolhas por esses espaços em detrimento de outros. Contudo, antes de detalhar quais instituições são essas, é necessário analisar o processo sócio-histórico de ocupação e formação do território em que esses mercados encontram-se e sob o qual foram construídos, como forma de identificar as bases sociais dessas instituições.

A FORMAÇÃO DO AGRESTE E A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA FEIRA CENTRAL DE CAMPINA GRANDE/PB E DA FEIRA DE CARUARU/PE: O PROCESSO SÓCIO HISTÓRICO DE EMERGÊNCIA DAS INSTITUIÇÕES

As cidades de Campina Grande, na Paraíba, e Caruaru, em Pernambuco, distam entre si cerca de 130 km. Atualmente, contam com uma população estimada de 411.807 e 365.278 habitantes, respectivamente, sendo consideradas polos industriais regionais do interior nordestino. Enquanto a economia de Campina Grande é baseada na extração mineral, no desenvolvimento de produtos eletrônicos e na indústria de transformação, Caruaru se destaca pela indústria têxtil, sendo grande centro de confecções nacional. O que é comum a ambas é sua vocação comercial, tendo importante setor de serviços e servindo como pontos de atração da mão de obra regional. Finalmente, a localização privilegiada das duas cidades – próximas das capitais dos seus estados e de estados vizinhos – também contribui para que sejam centros de distribuição e recepção de matérias-primas e produtos.

Essas características atuais foram sendo moldadas no processo histórico de ocupação da região Agreste, território geográfico no

qual os dois municípios encontram-se. Localizado entre a Zona da Mata (litoral) e o Sertão nordestino, o Agreste é "uma zona de transição, com trechos quase tão úmidos como o da Mata e outros tão secos como o do Sertão, alternando-se constantemente e a pouca distância" (ANDRADE, 1973, p. 25).

Historicamente, a ocupação da região tardou em relação aos demais territórios nordestinos, ocorrendo de forma efetiva somente após o fim da ocupação holandesa (1637), quando o governo português realiza a divisão das terras em sesmarias. Pelo seu tamanho significativo, posteriormente elas foram desmembradas em grandes fazendas criadoras de gado, mas que também contavam com áreas úmidas de Brejo, as quais eram utilizadas para cultivos alimentares de subsistência (ANDRADE, 1973). Essa consorciação de atividades teve como resultado uma região com economia própria que se auto abastecia, combinando criações comerciais e de subsistência capazes de suprir as dificuldades de abastecimento geradas pelo relevo acidentado característico do Agreste (ANDRADE, 1973).

Ao mesmo tempo, a consolidação da produção canavieira na Zona da Mata, que estimulou a separação entre produção agrícola e pecuária, vai resultar numa divisão espacial do trabalho: o litoral mantendo sua vocação açucareira, o Sertão a pecuária e o Agreste uma mescla de pecuária e produção de alimentos (MOREIRA; TARGINO, 1996).

Com o crescimento demográfico experimentado a partir de meados do século XVII, a necessidade de abastecimento alimentar desloca contingente da população Agrestina às zonas de Brejo, tendo essas áreas se dedicado à policultura agrícola e seus moradores desenvolvido pequenos engenhos que transformavam a cana de açúcar em rapadura e aguardente (ANDRADE, 1973). Ademais, a fixação da população em áreas mais propícias à agricultura converte os agregados das fazendas em pequenos produtores e foreiros,

aumentando a importância regional do Agreste no abastecimento de gêneros alimentícios[9].

Finalmente, há uma mudança substantiva na formação socioeconômica do Agreste e que combina com o crescimento das atividades agrícolas: a introdução do cultivo de algodão a partir do final do século XVIII até meados do século XIX (ANDRADE, 1973). Diferentemente da cana, o algodão é considerado uma cultura mais democrática por ser capaz de cultivo conjuntamente à produção de subsistência. Desse modo, os pequenos produtores e arrendatários passaram a poder consorciar suas tradicionais produções de feijão, milho, fava e mandioca, com a cultura comercial do algodão. Esse processo dinamizou a economia local, desenvolvendo o comércio urbano – já que surgiram inúmeros comerciantes ligados ao beneficiamento/industrialização algodoeiro – e aumentando as rendas dos pequenos agricultores (ANDRADE, 1973).

O resultado foi o estabelecimento de redes de negócio e comércio nas quais conviviam agricultores, arrendatários, latifundiários, pequenos e grandes comerciantes e jovens industriais. Essas redes consolidaram um "ambiente de negócios" (SÁ, 2010). Por sua vez, esse ambiente se materializa no crescimento urbano agrestino. Conforme destaca Véras de Oliveira (2013, p. 236-37):

> [a] menor concentração fundiária associada a uma característica histórica de região de transição, entre a Mata e o Sertão, fez do Agreste um lugar propício ao desenvolvimento do comércio, particularmente com o estabelecimento de grandes feiras em cidades como Caruaru e Campina Grande. Essas passaram a exercer um papel central na conformação socioeconômica da região.

9 Esse movimento coincide com a decadência dos engenhos de cana, resultando em movimentos migratórios do litoral nordestino em direção ao Agreste. O adensamento populacional resultante irá se ocupar, principalmente, dos cultivos de alimentos em pequenas propriedades (MOREIRA, 1990).

Portanto, é possível verificar que o processo de ocupação territorial e o desenvolvimento socioeconômico da região Agreste, resumidamente, levaram-na da monocultura pecuarista do século XVIII a uma "policultura consolidada" nos séculos XIX e XX, transformando a região na principal fornecedora de alimentos – e num dos principais polos de negócio – do Nordeste (ANDRADE, 1973). Esse processo, por sua vez, realizou-se por meio da associação entre a criação de gado, a plantação de algodão e as culturas de subsistência, culminando com o desenvolvimento de grandes cidades para o qual as feiras livres foram essenciais.

É nesse contexto de transição geográfica e econômica que a Feira Central de Campina Grande e a Feira de Caruaru irão se desenvolver e consolidar enquanto principais espaços de abastecimento local para a população urbana, e como praça de negócios para pequenos agricultores, grandes e médios comerciantes.

A Feira Central de Campina Grande se estabelece a partir da ocupação do território Paraibano do planalto da Borborema, tendo sua origem confundida com a formação da cidade de mesmo nome. Por estar situado em uma posição média entre o Sertão e o Litoral, o território no qual hoje se encontra a cidade servia de ponto de descanso e paragem para os comerciantes boiadeiros e almocreves que se deslocavam transportando o gado sertanejo para o litoral (Zona da Mata) e retornavam com outros mantimentos (ALMEIDA, 1978). Por possuir um extenso açude, ideal para dar de beber ao gado e descansar da longa viagem, foi-se desenvolvendo ali um comércio incipiente das mercadorias e produtos alimentícios que os viajantes levavam consigo, consolidando um ponto de comércio e parada na região e dando origem a uma Feira (ALMEIDA, 1978).

Portanto, as origens da feira e da cidade se confundem e até hoje esse mercado faz parte da identidade social e cultural dos habitantes de Campina. É importante referir que desde seu início a feira teve como característica o trânsito e participação de dife-

rentes atores, especialmente os pequenos produtores das regiões de Brejo e do Sertão que recorriam a ela para ofertar seus produtos (ALBUQUERQUE, 2003). Nesse sentido, ela sempre foi representada como local no qual se fazem negócios e ao mesmo tempo se expressa a cultura (alimentar) campinense.

Hoje em dia, a Feira Central conta com aproximadamente 2.805 pontos de venda. Deste total, 347 comercializam carnes, 833 vendem frutas e verduras e 57 são vendedores de queijo[10]. São esses feirantes os objetos desse artigo. A feira é permanente, realizada todos os dias da semana com exceção dos domingos. Porém o dia considerado "de Feira", no qual maior contingente de feirantes – especialmente pequenos agricultores da região – encontram-se presentes é o sábado. Apesar da maioria dos feirantes comerciantes possuírem um banco de feira, ela é um local livre, para o qual diversos atores (vendedores ambulantes; pequenos comerciantes; agricultores; etc.) recorrem para concretizar negócios. A regulação formal e a fiscalização do poder público são extremamente pequenas na Feira, não sendo necessário aos feirantes pagamentos de taxas (uso do solo; alvará de funcionamento) (CASSOL, 2018). Essas características acabam contribuindo para a reprodução das instituições da *barganha* e da *qualidade*, conforme vermos adiante.

Por estar localizada na mesma região, a Feira de Caruaru possui origem similar. Também situada entre o litoral e o sertão nordestino, o território onde hoje está a cidade de mesmo nome inicia sua ocupação no século XVIII com a expulsão dos indígenas para a divisão das terras em sesmarias. Uma dessas áreas é destinada a família Rodrigues de Jesus, que com o passar do tempo constrói nela uma capela em devoção a Nossa Senhora da Conceição. Dessa forma, a

10 Além desses produtos alimentares, há bancas de comércio de ferragens, artigos domésticos, lanchonetes, roupas, calçados e outras mercadorias. Mais informações em Cassol (2018).

fazenda – tradicional ponto de estadia para viajantes e boiadeiros – também se torna um ponto de encontro da população local, que recorria a ela aos domingos para celebração das missas. Após tais celebrações, os moradores aproveitavam para trocar mercadorias e produtos, dando início a uma praça de comércio que irá se desenvolver em feira e dará origem à cidade de Caruaru (ARAÚJO, 2011).

Atualmente, a Feira de Caruaru conta com aproximadamente 21 mil feirantes[11]. A Feira Tradicional, objeto dessa pesquisa, possui cerca de 1.915 feirantes cadastrados e ocorre todos os sábados (CASSOL, 2018). Do mesmo modo como ocorre com a Feira Central de Campina Grande, a Feira de Caruaru também congrega número diversificado de atores que a ela recorrem para comercializar e trocar produtos alimentares.

Há uma diferença importante, contudo. No caso de Caruaru, a Feira possui maior regulação pública por parte da prefeitura local e seus órgãos de fiscalização. Além dos feirantes terem de pagar taxas e alvarás de funcionamento, há maior rigor quanto à participação de ambulantes não cadastrados, seguidamente alvos de repressão. Contudo, tal qual ocorre em Campina, isso não inibe a reprodução de práticas tradicionais, especialmente em relação à *barganha*, mas principalmente em relação ao consumo de carnes "quentes" (não refrigeradas e em desacordo com a legislação, mas vistas como de maior qualidade) (CASSOL, 2018).

O processo histórico de ocupação do território e construção dos mercados analisados é a gênese das instituições mobilizadas atualmente nas duas feiras. Mais do que isso, são essas instituições as responsáveis pela reprodução desses mercados tradicionais.

11 Esse total estimado refere-se aos diversos setores presentes no complexo da Feira de Caruaru. Tais setores, também chamados de feiras são a Feira Tradicional (frutas, legumes e verduras), Feira de Artesanato, Feira do Paraguai (eletrônicos), Feira da Sulanca (confecções e roupas). A partir daqui, quando nos referirmos à Feira de Caruaru, estaremos falando da Feira Tradicional.

Neles, feirantes e consumidores compartilham essas instituições localmente colocando-se em interação justamente porque nesses espaços poderão agir através de tais valores compartilhados. Portanto, as escolhas atuais pelas feiras livres para compra de alimentos, sabidamente locais menos convenientes e sem algumas das facilidades modernas[12], decorre da reprodução dessas instituições.

Por exemplo, a vocação policultora do Agreste é plasmada na possibilidade de "encontrar de tudo" nas feiras pesquisadas, sendo a *variedade da oferta* uma das instituições mobilizadas. A propensão à *barganha* dos preços através de negociações públicas e abertas entre feirantes e consumidores, é outra instituição presente nesses mercados e que decorre da histórica característica comercial da região ("ambiente de negócios"). O passado pecuarista se faz presente atualmente no consumo de carnes e na preferência dos consumidores pelo "boi quente", isto é, pela carne não congelada/refrigerada, a qual é vista como de maior *qualidade*. Finalmente, o caráter popular das feiras livres, e, portanto, os *preços* mais baixos dos alimentos, é outra instituição mobilizada que explica o funcionamento contemporâneo desses mercados. Para compreender melhor como tais instituições se manifestam, analisemo-las mais de perto.

AS INSTITUIÇÕES SOCIAIS ORDENADORAS DA VIDA ECONÔMICA NOS MERCADOS TRADICIONAIS:

O processo histórico analisado acima irá culminar na construção de quatro instituições sociais ordenadoras das duas feiras analisadas. Apesar de analisadas separadamente, esse é um recurso analítico, sendo que as quatro instituições, na realidade, são mobilizadas

12 Por exemplo, em ambas as feiras pesquisadas os pagamentos realizam-se apenas em dinheiro, não há confortos tais como ar-condicionado ou estacionamento, assim como a organização espacial e a distribuição dos feirantes é bastante precária e caótica.

conjuntamente nas práticas cotidianas de comércio e consumo nos mercados pesquisados. Do mesmo modo, admite-se que outras instituições possam também orientar essas práticas, sendo apresentadas abaixo aquelas encontradas pelo autor (CASSOL, 2018).

Uma dessas instituições é a *barganha*. A região Agreste formou-se tendo como uma de suas principais características a constituição de redes de comércio entre diversificados atores. Tais redes foram as responsáveis pela construção de um "ambiente de negócios". Atualmente, a barganha é uma prática compartilhada e mobilizada que permeia a sociabilidade entre os atores nas feiras, baliza as transações entre feirantes, seus fornecedores e seus consumidores, assim como justifica as escolhas de consumo da população local das cidades de Campina Grande e Caruaru. É comum, por exemplo, observar os feirantes anunciar os preços e "chamar" os consumidores para transacionar, sempre dispostos a fazer um "desconto especial". Do mesmo modo, os consumidores se dispõem a reclamar e pedir descontos, ameaçando não levar os produtos se isso não ocorrer. Desse modo, a barganha é um valor social, uma instituição arraigada nas práticas de interação socioeconômica dos agentes nos mercados pesquisados[13].

Essas questões aparecem na fala do diretor da Feira Central de Campina Grande entrevistado, quando perguntado sobre os motivos de "atração" dos consumidores a esse mercado, especialmente em um momento de crise econômica[14]:

> É que tem também a questão da barganha! Se você for consumir no mercado ele não tira aqueles centavos. É

13 Outros estudos sobre as mesmas feiras também atestam a importância social e cultural da barganha (SILVA, 2005; ARAÚJO, 2011).

14 A entrevista foi realizada no ano de 2017, período posterior ao controverso impedimento da presidenta Dilma Rousseff e no qual a crise econômica e política estavam bastante difundidas na mídia.

> aquele preço. Aqui tem a pechincha! Tem a barganha. O indivíduo [comprador] está vendo aquela mercadoria, ele tá negociando diretamente. E esta crise que está instalada...nem todos...a gente tá vendo, pela aparência, as pessoas voltando pra feira. (...)E a gente vê pela aparência das pessoas que não tinha o costume de vir na feira...mas tá vindo agora pela necessidade...de poder barganhar a mercadoria (...).(Diretor da Feira Central) (CASSOL, 2018, p. 190).

Verifica-se no relato acima como a possibilidade de barganhar os preços é vista como um recurso, um diferencial da Feira Central (também presente em Caruaru) em relação aos outros mercados alimentares, que é mobilizado como uma estratégia de negócio. Há uma norma social compartilhada de que ninguém deve pagar o preço inicial cobrado pelas mercadorias (sob pena de estar sendo enganado). Tanto consumidores quanto feirantes já sabem disso, iniciando uma negociação para baixar os preços, o que acaba satisfazendo ambos (o feirante consegue um preço bom, já que, supostamente, ofertou inicialmente um preço mais elevado; e o consumidor consegue um desconto significativo).

A segunda instituição orientadora das ações econômicas dos atores nas feiras é a *variedade de oferta*. Basta uma ida às feiras de Campina de Campina Grande ou de Caruaru para impressionar-se com a quantidade e diversidade de produtos nelas existentes. E essa diversidade é recorrentemente mobilizada pelos seus atores para qualificar positivamente as feiras em relação a outros mercados. Em várias das entrevistas realizadas, feirantes e consumidores relataram que as pessoas vêm comprar nas feiras tradicionais porque nelas "tem de tudo". Muitas bancas comercializam artigos da cultura regional (tais como cuscuzeiras e outros artigos domésticos), enquanto outras ofertam artigos "modernos" (eletrônicos, celulares, etc.) que vão além dos alimentos. Essa possibilidade de encontrar no mesmo local tal variedade – rara em outros mercados

alimentares – acaba fazendo parte da identidade das feiras livres que são vistas como diferenciadas nesse sentido. Conforme atesta uma consumidora da Feira de Caruaru entrevistada, as pessoas compram na feira por que:

> Na Feira é bem melhor, na Feira você encontra tudo, praticamente tudo que você pensar, na Feira tem! É como tem a música né, na Feira tem de tudo. Mas tem mesmo de tudo, lá tem desde massa de tapioca a feijão, arroz, carne...o que você precisar tem. Tem doce, tem ferragem, tem tudo que você quiser. E também tem onde você comer na Feira, comida típica...tem de tudo (Consumidora, funcionária pública, 48 anos. Consome na Feira há 40 anos) (CASSOL, 2018, p. 171).

Portanto, a variedade de produtos e mercadorias presentes nos mercados alimentares tradicionais analisados, é tida como um valor que representa a riqueza cultural, produtiva e comercial da região Agreste, sempre presente durante toda a sua ocupação histórica. A variedade, nesse sentido, materializa-se na identidade cultural nordestina expressa nos produtos ofertados (CASSOL, 2018).

Fortemente conectado a variedade, está a questão dos *preços* populares, outra das instituições encontradas. Essa instituição, aliás, é referida em diversos estudos sobre feiras, os quais confirmam que nesses espaços, geralmente, os preços dos alimentos são mais acessíveis (MASCARENHAS; DOLZANI, 2008; RIBEIRO, 2007; SILVA, 2005; ARAÚJO; RIBEIRO, 2018). Há uma série de variáveis que explicam essa característica das Feiras, sendo a venda direta a principal. Os produtos perecíveis, tabelamento e outras estratégias de formação dos preços – que variam culturalmente de acordo com as regiões do país – a própria barganha e as redes pessoais de interação (que acabam fortalecendo relações de confiança e reciprocidade) são outros elementos que ajudam a explicar os preços populares em mercados de tipo feiras (GARCIA JR, 1983; RIBEIRO, 2007; CASSOL, 2013).

Essa percepção positiva relacionada aos preços é mais significativa quando se analisa a quarta instituição responsável pela reprodução da Feira Central de Campina Grande e da Feira de Caruaru: a *qualidade* dos alimentos vendidos. A despeito de a qualidade ser resultado de um processo multidimensional no qual valores, significados e preferências (objetivos) se mesclam, nas feiras analisadas essa instituição é mobilizada especialmente através da reprodução de práticas tradicionais de manuseio, exposição e consumo de produtos de origem animal (queijos e carnes) (CASSOL, 2018).

Em ambas as Feiras, os entrevistados fizeram referência à qualidade dos alimentos utilizando-se de substantivos tais como "frescos", "da roça", "do Brejo", "da agricultura" e outros que estão relacionados à compra direta de produtores e à cultura regional. Porém, é no consumo de produtos de origem animal que é possível perceber como a qualidade é reproduzida enquanto uma instituição social (tradicional).

O consumo de carnes e queijos na Feira Central de Campina Grande e na Feira de Caruaru são expressões de como valores sociais e culturais são mobilizados para construção de redes de interação e negócio, ou seja, dos mercados. Apesar da existência de normas formais de sanidade e higiene contrárias e proibitivas, o manuseio, a conservação e a exposição desses produtos são feitas através de práticas tradicionais e antigas. No caso das carnes, os consumidores referem ambas as feiras como locais onde é possível encontrar "o boi quente". Isto é, ter acesso à carne de gado abatido poucos dias/horas antes de ser desmembrado e colocado à venda. A carne não é congelada, no máximo, ela passou algum tempo refrigerada antes de ser comprada pelo consumidor (ainda que boa parte dos feirantes comerciantes de carne não conte com esta tecnologia) (CASSOL, 2018).

Para os consumidores, esta característica "quente" do boi é possível de ser empiricamente verificada não apenas pelo fato de a

carne estar exposta ao ar livre, pendurada sob as bancas, mas principalmente pela possibilidade de "tocar", "apertar" e "cheirar" a carne. Isto é um sinal de qualidade e indica que o produto é regional[15]. É interessante notar como um dos feirantes entrevistados da Feira de Campina Grande atribui a manutenção dessas práticas à cultura local. De acordo com ele existe,

> Aquela questão cultural...que vinha com o pai, vinha com a mãe e foi crescendo na Feira. Tem o lado, desse pessoal das cidades circunvizinhas, que vêm, que gosta de comprar uma mercadoria fresquinha, novinha...que ainda tem aquele hábito de pegar, de manusear a mercadoria...ter o tato né. E no supermercado você não tem este contato e a mercadoria não é tão nova quanto a da Feira. (Feirante comerciante de carnes, 50 anos. Trabalha na Feira há 30 anos) (CASSOL, 2018, p. 213).

A análise das instituições descritas acima demonstra como não apenas os mercados e feiras de agricultores (*farmer's markets*) são construídos sobre redes e interações alternativas àquelas presentes nos mercados concorrenciais (convencionais). As feiras livres, enquanto espaços antigos nos quais valores culturais são plasmados em práticas tradicionais de negócios e de consumo são também construídas alternativamente aos mercados alimentares convencionais. Apesar de nessas feiras predominarem feirantes não produtores, isso não resulta em relações impessoais e/ou totalmente mercantilizadas. Pelo contrário, assim como naqueles mercados de venda direta, os consumidores acabam desenvolvendo laços e relações estáveis e duradouras com a figura pessoal do feirante (seja ele agricultor ou não), e estes laços, por sua vez, são transferidos

15 Por outro lado, as carnes congeladas ("o boi frio") não são vistas com bons olhos, posto que este tipo de carne provavelmente venha de outra região do país, levando tempo considerável para chegar ao Nordeste, o que diminui sua qualidade, na visão dos consumidores (CASSOL, 2018).

aos alimentos vendidos, os quais passam a ser mais valorizados através das instituições analisadas.

São essas características tradicionais, diretamente conectadas aos modos de vida e a cultura alimentar local, que necessitam ser reconhecidas pelos agentes públicos e estudiosos dos mercados alimentares. Enquanto aos primeiros cabe incorporar as feiras livres como objetos de políticas públicas e mecanismos contemporâneos tangíveis de acesso aos alimentos, de forma barata e sustentável, garantindo a segurança alimentar da população; aos segundos faz-se necessário um olhar mais atento aos modos de funcionamento, à importância socioeconômica e ao potencial das feiras livres para a construção de alternativas ao modelo atual de produção e consumo alimentar, especialmente em um país tão diversificado quanto o Brasil.

OS MERCADOS ALIMENTARES TRADICIONAIS E O ABASTECIMENTO CONTEMPORÂNEO: ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse artigo procurou retomar o debate sobre feiras livres que permeou as análises da sociologia rural brasileira entre as décadas de 1960 e 1980. Naquele período, esses mercados foram analisados para compreender as transformações nas relações de trabalho e na economia regional gerada pelo avanço do capitalismo no país. Diversos autores demonstraram como as feiras refletiam estruturalmente aspectos culturais locais, manifestados na organização hierárquica desses espaços, ao mesmo tempo em que também repercutiam novas dinâmicas econômicas ao integrar comercialmente novos atores e estabelecer novos e diversos circuitos de troca e comércio. Ou seja, as feiras livres eram elementos da dinamização econômica levada a cabo com o processo de urbanização e crescimento das cidades brasileiras.

Todavia, os mercados tradicionais perderam espaço nas ciências sociais brasileiras a partir dos anos 1990, quando emergem

na sociologia rural as análises relacionais que passam a integrar as dimensões da produção, da distribuição e do consumo de alimentos. Tais análises, ao focarem nas redes sociais de interação entre produtores e consumidores, acabaram deixando de lado as discussões sobre o papel das feiras livres no abastecimento contemporâneo.

Apoiados na abordagem institucionalista da economia, analisamos o processo sociohistórico de construção social da Feira Central de Campina Grande e da Feira de Caruaru, demonstrando como esse processo resultou na consolidação de quatro instituições sociais atualmente compartilhadas e mobilizadas pelos atores em seus negócios. Não obstante, o artigo demonstra como a reprodução de tais mercados ocorre por meio da barganha, da variedade de oferta, dos preços e da qualidade atribuída aos seus produtos.

Longe de serem expressões de uma realidade "atrasada" e que precisa se modernizar, as instituições analisadas demonstram a força e a capacidade das feiras livres em seguirem como espaços importantíssimos de acesso popular e diversificado aos alimentos, contribuindo à segurança alimentar e nutricional dos habitantes de grandes cidades. Esse potencial, contudo, necessita ser reconhecido pelos gestores públicos e pelos estudiosos dos mercados alimentares, para que as feiras livres retomem a centralidade que já lhes atribuíram, porém as integrando, de forma efetiva, aos debates contemporâneos em torno da construção de sistemas alimentares saudáveis e sustentáveis, cada dia mais urgente e necessário.

Em outras palavras, é preciso que se incorporem aos debates e às políticas sobre abastecimento sustentável, segurança alimentar e nutricional, alimentação saudável, governança alimentar e outros, o papel socioeconômico e cultural exercido pelos mercados alimentares tradicionais, amplamente presentes na realidade brasileira.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, A. **Sucessões e coexistências do espaço campinense na sua inserção ao meio técnico-científico-informacional: a feira de Campina Grande na interface desse processo.** Dissertação (mestrado em Geografia). UFPE. Programa de Pós-Graduação em Geografia. 2003, 245 p.

ALMEIDA, E. **História de Campina Grande**. Editora Universitária/UEPB. João Pessoa, 1978.

ANDRADE, M C**. A terra e o homem no nordeste**. 3. ed. São Paulo : Brasiliense, 1973. 251 p.

ANJOS, F. S. dos; GODOY, W.; CALDAS, N. **As feiras livres de Pelotas sob o império da globalização: perspectivas e tendências**. Pelotas – RS. Ed. e Gráfica Universitária, 2005.

ARAUJO, Alexandro Moura; RIBEIRO, Eduardo Magalhães. Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 26, n. 3, p. 561-583, out. 2018

ARAUJO, G. Continuidade e descontinuidade no contexto da globalização: um estudo de feiras em Portugal e no Brasil (1986-2007). Tese doutorado (História). UMINHO/UFBA. 2011.

BLAY-PALMER, A; SANTINI, G; DUBBELING, M; RENTING, H; TAGUCHI, M; GIORDANO, T. Validating the city region food system approach: enacting inclusive, transformational city region food system. In: **Sustainability,** 10, 1680, p. 1-23, 2018.

BRAUDEL, F. **O jogo das trocas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998. v. 2.

BRINTON, M.C; NEE, V (Eds). New institutionalism in sociology. New York, Russel Sage Foundation, 1998.

CARDOSO DE MELLO, J.M; NOVAIS, F**. Capitalismo tardio e sociabilidade modern**a. São Paulo, Ed. UNESP/FECAMP, 2009.

CARDOSO, C.A; MAIA, D. A feira de Campina Grande: onde se encontra o moderno e o tradicional. **Anais XVI Encontro Nacional dos Geógrafos**. Porto Alegre, 2010.

CASSOL, A. **Redes agroalimentares alternativas: mercados, interação social e a construção da confiança.** Dissertação (mestrado em sociologia). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2013.

CASSOL, A; SCHNEIDER, S. Construindo a confiança nas cadeias curtas: interações sociais, valores e qualidade na Feira do Pequeno Produtor de

Passo Fundo/RS. In: GAZOLLA, M; SCHNEIDER, S (Orgs.). **Cadeias curtas e redes agroalimentares alternativas: negócios e mercados da agricultura familiar**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2017.

CASSOL, A. **Instituições sociais e mercados alimentares tradicionais: barganha, preços, variedade, qualidade e consumo em feiras**. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2018.

CASSOL, A.; NIEDERLE, P. **Mercados, sistemas alimentares sustentáveis e desenvolvimento rural: novas práticas à espera de novas políticas.** Consultoria de pesquisa sobre Sistemas Agroalimentares e Desenvolvimento Rural. Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (CEBRAP), 2019 (documento de trabalho).

ESCHER, F; SCHNEIDER, S. A contribuição de Karl Polanyi para a sociologia do desenvolvimento rural. **Sociologias** [online]. 2011, vol.13, n.27, pp.180-219.

FONTE, M. Food relocalisation and knowledge: dynamics for sustainability in rural areas. In: FONTE, Maria; PAPADOPOULOS, Apostolos G. (Ed.). Naming food after places: food relocalisation and knowledge dynamics in rural development. Farnham: Ashgate. 2010. p. 1-35.

GALVÃO, P. A Feira Livre em João pessoa: Evolução e Mudanças Sociais. **Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). UFPB, 1994.**

GARCIA, M.F. **O Bacurau: étude de cas d'un marché situé dans une usine**. Dissertação (Mestrado em antropologia Social)–Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1977.

GARCIA, M.F. **Feira e Trabalhadores Rurais: As feiras do Brejo e do Agreste Paraibano.** Tese de Doutorado (Antropologia Social). Museu Nacional, UFRJ. 1984.

_____ O Segundo sexo do comércio,camponesas e negócio no Nordeste do Brasil. **Revista brasileira de Ciências Sociais**, n° 19, 1992.

GARCIA JR., A. **Terra de trabalho**: trabalho familiar de pequenos produtores. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

GONZÁLES, S. Contested markets, contested cities: gentrification and urban justice in retail spaces. London, Routlege, 2018.

GOODMAN, D.; DUPUIS, E.; GOODMAN, M. **Alternative food networks.** London and New York, O Routlege. 2012.

GOODMAN, D. Rethinking food production-consumption: integrative perspectives. **In: Sociologia Ruralis, Vol. 42, nº 4, October.** 2002. p. 271-277.

HEREDIA, B. **A morada da vida**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

HODGSON, G. What are institutions?. In: **Journal of economics issues, vol. XL, nº 1, p. 1-25**, 2006.

LAMINE, C., MAGDA, D., AMIOT, M.J. Crossing Sociological, Ecological, and Nutritional Perspectives on Agrifood Systems Transitions: Towards a Transdisciplinary Territorial Approach. Sustainability 11, 1284. 2019. https://doi.org/10.3390/su11051284

MASCARENHAS, G; DOLZANI, M.C.S. Feira livre: territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **In: Revista Eletrônica Ateliê Geográfico, v. 2, n. 4, agosto, UFG/IESA p.72-87**. 2008.

MDS. **Mapeamento de segurança alimentar e nutricional nos estados e municípios: resultados preliminares**. Ministério do desenvolvimento social e combate à fome. Brasil, 2014.

MOREIRA, I; TARGINO, E. **Capítulos de geografia agrária da Paraíba**. João Pessoa, Editora Universitária, UFPB, 1996, 280p.

MOREIRA, Emília. **Evolução do processo de produção do espaço paraibano**. In: Cadernos do NDIHR, nº 23. 1990.

MOTT, L. **A feira de Brejo Grande: um estudo de uma instituição econômica num município sergipano do baixo São Francisco**. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Universidade de Campinas, Campinas/SP, 1975.

MURCOTT, Anne. **Introduction the Sociology of Food and Eating**. Bloomsbury Academic, London, UK. 2019

PALMEIRA, M. Feira e mudança econômica. In: **Virtual brazilian anthropology (vibrant), v. 11, nº 1.** 2014, p. 324-360 (original de 1971).

PALMEIRA, M. Entrevista com Moacir Palmeira. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 19, n. 39, p. 435-457, jan./jun. 2013.

PAZERA Jr., E. **A Feira de Itabaiana-PB: permanência e mudança**. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

POLANYI, K. **A Grande Transformação**: as origens de nossa época. RJ, 1980, Ed. Campus.

POLANYI, K; ARENSBERG, C; PEARSON, H. **Trade and market in the early empires**. The falcon's wing press, Illinois, 1957.

REARDON, T; TIMMER, C. P. Transformation of markets for agricultural output in developing countries since 1950: how has thinking changed? In: EVENSON, R; PINGALI, P. (ed.): **Handbook of agricultural economics,** vol. 3, chapter 55, p. 2808-2849. Elsavier, B.V. 2007.

RIBEIRO, E. M. (org.). **Feiras do Jequitinhonha: mercados, cultura e trabalho de famílias rurais no semi-árido de MG**. Fortaleza: BNB. UNFLA, 2007.

SÁ, M. Feirantes: quem são? Como administram seus negócios? In: **Anais do XXXIV Encontro da ANPAD**, Rio de Janeiro, setembro de 2010.

SCHNEIDER, S; CASSOL, A. Food and markets: the contribution of economic sociology. In: **DUNCAN, J.; CAROLAN, M.; WISKERKE, H. (Eds) The Routledge handbook of sustainable and regenerative food systems, pp. 171-188.** Routledge, England, 2020.

SILVA, V. **"Vamos fazer a feira": práticas feirantes e negociação na Feira Central de Campina Grande (PB).** Dissertação mestrado (Sociologia). UFCG. Programa de Pós-Graduação em Sociologia. 2005, 139 p.

SMELSER, N; SWEDBER, R. (Ed.). **The handbook of economic sociology**. Princeton University Press, Princeton, New Jersey, 2005.

VÉRAS DE OLIVEIRA, R. O Polo de confecções do Agreste de Pernambuco: elementos para uma visão panorâmica. In: Véras de Oliveira, R.; Santana, M. (orgs.). **Trabalho em territórios produtivos reconfigurados no Brasil.** João Pessoa: Editora da UFPB, 233-78. 2013.

VIEIRA, M. S. de A. **FEIRA: espaço de liberdade ou de ilusões?** Dissertação (Mestrado em Sociologia) UFC. Programa de Pós-Graduação em Sociologia, 1980.

WILLETT, W., ROCKSTRÖM, J., LOKEN, B., SPRINGMANN, M., LANG, T., VERMEULEN, S., MURRAY, C.J.L. Food in the Anthropocene: the EAT–Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. **The Lancet**, 393(10170), pp. 447–492. doi: 10.1016/S0140-6736(18)31788-4. 2019.

TARTARUGAS, PEIXES E FRUTAS: A FEIRA NAS CIDADES DA FLORESTA AMAZÔNICA

AUTOR

RICARDO JOSÉ BATISTA NOGUEIRA
nogueiraricardo@uol.com.br

INTRODUÇÃO

A alimentação é certamente a mais imperiosa das necessidades humanas, pois que significa a sua própria sobrevivência, sendo algo que perpassa qualquer cultura. Já o que comer é, inicialmente, resultado de uma produção da cultura e da disponibilidade proporcionada pelos ambientes naturais, condição esta rompida através dos tempos pela própria circulação dos homens que, tanto assimilaram alimentos de outras culturas, como transformaram os ambientes para produzir aquilo que a natureza não lhes proporciona. Enquanto a maioria dos homens estiveram localizados nos ambientes rurais, produzindo, beneficiando e conservando seus próprios alimentos, e a organização da produção seguia ritmos da natureza, sem grandes divisões de trabalho, a oferta de alimentos a outros lugares reduzia-se àquilo que não se conseguia se produzir em outros ambientes. É o aprofundamento da divisão entre lugar de produção, representado agora pelo mundo rural, e lugar de consumo, representado pelo mundo urbano em formação, que proporciona mudanças nas formas de produzir, do que produzir e a quantidade a ser produzida. De maneira bem geral, é assim que se iniciam as formações de feiras e mercados, às portas dos burgos ou mesmo no interior deles.

Feiras e mercados passam a ser lugares fundamentais no abastecimento urbano diário ou periodicamente, com produtos originários do entorno regional e mesmo com produtos vindos de lugares mais distantes do ponto de consumo. Inicialmente as feiras e mercados são realizadas pelos próprios camponeses, que, gradativamente, cedem lugar aos feirantes/comerciantes. Pela aglomeração que cria, atrai também outras pequenas atividades para atender essa população eminentemente urbana. Possuem um poder de permanência muito grande, tanto no espaço, isto é, estão sempre nos mesmos lugares para que seus fregueses saibam para onde se diri-

gir; como no tempo, normalmente pela manhã, num determinado dia da semana e por muitos anos.

Apontamos também ao longo do artigo que a feira perde a sua espontaneidade e liberdade quando começa a ser regulada por qualquer poder público. Uma das justificativas para isso decorre da necessidade do controle sanitário dos produtos, dos pesos e medidas, dos resíduos gerados ao final de cada dia, etc. Quando a feira é institucionalizada e se transforma em mercado, taxas, normas e regulamentos exercem um controle maior sobre a atividade, inclusive definindo o que é legal e o ilegal. Estar dentro do mercado é legal, estar fora do mercado é ilegal.

Mas a feira não é lugar apenas de oferta e procura de produtos, ela pode também ser compreendida a partir dos significados que criam para quem vende e quem compra. Assim, destacamos como este lugar provoca nossos sentidos a partir do colorido, dos cheiros, dos sons e dos sabores. Lugar aberto ou fechado produz reações sobre as pessoas que podem sentir-se bem ou mal.

Como nosso referencial empírico é a Amazônia, é importante esclarecer que nessa região o mundo rural, que historicamente ocupou as margens dos rios, é agrícola e extrativista. Agrícola porque as populações que aí ocupam desde o período colonial plantam e criam pequenos animais; extrativista porque retiram dos rios uma variedade de peixes enorme e retiram da floresta outros tantos produtos que são incorporados à sua dieta alimentar. O mundo urbano também foi consolidado às margens dos rios, e foram justamente em suas margens que as primeiras trocas de produtos agrícolas/extrativos e urbanos ocorreram.

Manaus e outras inúmeras cidades amazônicas surgiram às margens dos rios. A partir daí consolidaram a ocupação tendo como referência o rio como centro, ou central às outras atividades. Veremos que o destaque dado à Manaus decorre da importância que esta cidade hoje possui em toda a região amazônica,

que na verdade começa com o *boom* da extração de borracha nativa e a remodelação da cidade para atender a demanda da população que migrou para ela. O Mercado é um dos exemplos dessa reforma urbana e expõe de maneira clara o que o amazônida coloca no prato.

A FEIRA E A URBANIZAÇÃO

Reminiscência medieval, a feira livre continua presente no mundo urbano contemporâneo. Não é a mesma feira onde os seus principais sujeitos, os feirantes, eram também os camponeses, que levavam os excedentes de sua produção para realizar trocas por outros produtos. A sua existência ainda no medievo, já indicava uma tendência de mudança na sociedade, visto que cumpria uma função de suprir de alimentos e outros produtos pessoas desvinculadas da produção imediata de alimentos.

Não faremos aqui uma "história da feira", mas antes de nos dedicarmos especificamente ao objeto deste artigo que é a feira na Amazônia, pensamos que é necessário apontar questões de caráter geral sobre esta atividade, que não desapareceu nas grandes metrópoles do mundo. A primeira é chamar a atenção para a mudança de lugar de vida da humanidade: a trajetória dos homens e mulheres do mundo rural para o mundo urbano, implicou numa transformação substancial do próprio mundo rural. Este fenômeno recorrente no mundo remete a um afastamento da natureza, em que as pessoas não guiam mais as suas vidas pelo sol ou pelas estações do ano. O mundo urbano, artificial, instituiu uma outra temporalidade cujo ritmo não é mais o da rotação e translação da Terra[1]. A formação de grandes aglomerados urbanos, com milhares ou milhões de pessoas afastadas da produção direta de seu alimen-

1 Ver o capítulo 1 de Calvino (1994), Os cogumelos na cidade.

to, exigiu do mundo rural, daqueles que ficaram no campo, alterações também no próprio processo de produção.

A segunda mudança é o aprofundamento da divisão do trabalho entre os homens, não somente entre aqueles que desenvolvem atividades nas cidades ou nos campos, como também entre eles. A gradativa formação dos burgos, a partir da liberação de uma força de trabalho cativa aos feudos; a ampliação da produção artesanal urbana, fora das unidades camponesas; a formação de um mercado para realização de trocas de produtos e a especialização da produção, tanto no mundo rural quanto no mundo urbano, é o início da dissolução do mundo feudal. É o início, também, da determinação dos produtos a serem produzidos atendendo a uma demanda agora urbana. É, enfim, a transformação do produto em mercadoria, e da transformação da troca simples em troca mediada por um equivalente: a moeda.

Podemos apontar ainda uma terceira mudança que está imbricada com as anteriores que é a sofisticação nos processos de troca com o surgimento da intermediação entre os habitantes de mundos distintos e 'distanciados': a expansão do comércio e a atividade do comerciante em procurar suprir o abastecimento de diversos produtos tanto para a cidade como para o campo. O comerciante cria a partir de si uma rede de produtores urbanos e rurais e consumidores urbanos e rurais também, pois a tendência à especialização de ambos potencializa as trocas na medida em que cada um dos produtores, seja na cidade ou no campo, dedica-se a produzir poucos produtos para, na troca, adquirir o que deixou de produzir. Por exemplo, o camponês deixa de produzir artigos de selaria para dedicar mais tempo à produção de batatas e, com a venda das batatas, compra os artigos de selaria de um pequeno artesão na cidade. É o momento em que o camponês deixa de ser o próprio comerciante de seus produtos e dá origem ao feirante, um comerciante (Fig.1 A e B).

Por fim, ainda que haja outras mudanças, como o perfil demográfico das famílias camponesas, queremos indicar o avanço tec-

nológico na produção rural, mudanças associadas às técnicas de plantio, de criação de animais, às máquinas destinadas a plantar, colher, beneficiar e conservar; e na produção dos artefatos feitos nas cidades para atender outros habitantes urbanos, mas também para atender a produção rural, que vai de máquinas agrícolas à sofisticada produção de sementes. Contudo, para o objetivo do que pretendemos desenvolver adiante sobre a feira, é muito importante destacar a inovação tecnológica representada pelo sistema de conservação dos produtos[2]. Se antes o sal e a defumação eram fundamentais para a conservação de alimentos de origem animal, a invenção da refrigeração promove uma reorganização dos homens e mulheres nas cidades e nos campos._

Figura 1. a) Hitchin Mercado, Gerard Ceunis (1930); b) A Feira II, Tarcila do Amaral (1925).

O LUGAR DA FEIRA

Uma abordagem que tenha como referência o caráter reticular de organização espacial, podemos concebê-la como ponto, ponto de encontro entre pessoas que a ela se dirige para adquirir produtos necessários à sua manutenção e pessoas que a ela se dirige para oferecer produtos originários do trabalho sobre a terra. Inicialmen-

2 Ver Claval, (2007) Além do sal e da defumação, Claval aponta os açucares, os óleos, e por fim a refrigeração como meios para a conservação de alimentos.

te de caráter local, com produtos oriundos do entorno imediato dos burgos e dos pequenos aglomerados urbanos, os deslocamentos tanto dos vendedores quanto dos compradores são restritos em virtude das condições dos caminhos existentes. Contudo, a ampliação das trocas, o comércio de produtos 'exóticos', ou diferentes, vindo de outras regiões que não a produtora, também altera a dinâmica da feira. Assim, as redes de comércio se expandem, proporcionando não apenas a acumulação mercantil, mas as trocas de produtos vindos de outros lugares que passam a ser incorporados por determinada cultura. Assimila-se especiarias, alimentos, práticas alimentares, objetos, etc. Mesmo incorporando produtos oriundos de lugares distantes, externos ao local e mesmo a população incorporando à sua dieta alimentar tais produtos, nem a feira perde seu caráter de lugar de troca, nem a população perde seu sentimento natal.

Como ponto de encontro de pessoas que objetivam realizar trocas mercantis, o lugar da feira tende a ganhar uma fixação, a ser um ponto de referência permanente, em que as pessoas saibam onde ela se realiza, facilitando àqueles que querem comprar ou vender. Regra geral a feira possui esse poder de permanência num determinado lugar por longos períodos, atravessando séculos, vendo a cidade expandir-se ao seu redor. Há também as feiras itinerantes, que percorrem diversas cidades ao longo de um período, semanal ou mensal, instalando-se em cada dia da semana num ponto, todavia mantendo sempre o mesmo lugar no interior de cada cidade. É exatamente este poder de permanência e de continuidade que permite a formação de laços dos produtores entre si e destes com consumidores, tornando-se freguês.[3] A expansão comercial das feiras ultrapassa a oferta de produtos alimentares e passa a abrigar outros tipos de comerciantes, ambulantes, pequenos artesãos que,

3 Nome originário de Freguesia, menor divisão administrativa de Portugal.

aproveitando-se do poder de catalização de fluxos, ofertam seus produtos. Também passa a ser um lugar de oferta de mão de obra para qualquer prestação de serviços, de carregadores a consertos de produtos, de animadores de rua à pedintes.

É a sua permanência, a sua inerência à vida urbana, importância no abastecimento diário da população urbana e os problemas decorrentes de saúde pública, provocados não somente pela geração de resíduos, mas principalmente pela oferta de alimentos perecíveis, que a feira livre ganha sua versão oficial organizada pelo Estado: seja definindo os lugares de sua realização na cidade e cadastrando os feirantes; seja na forma de Mercado público, com uma distribuição interna dividindo áreas para tipos específicos de produtos, box ou bancas para os feirantes/comerciantes, regulamentos e coleta regular dos resíduos produzidos. Ou seja, por um lado, o Estado ao criar estas estruturas, abriga os feirantes das intempéries, regula sua atividade e, por outro, procura realizar um controle sanitário para a proteção dos consumidores. Certamente este processo tornou-se recorrente com o crescimento das cidades e a necessidade imperiosa do abastecimento alimentar.

Na Amazônia, a grande dispersão dos núcleos urbanos representada por longas distâncias a serem percorridas por vias fluviais é a marca de sua formação territorial. Esta condição espacial é definidora de formas específicas de realização das feiras destinadas ao abastecimento, sendo em essência de caráter local e não regional, distinguindo-se, assim, de outras regiões onde ocorrem os mercados periódicos marcados pela mobilidade dos feirantes. Veremos, portanto, de modo mais particular, as características de feiras e mercados na cidade de Manaus.

A FEIRA COMO LUGAR

Mas é possível também pensar a feira como um lugar em que os traços comerciais sejam desprezados, tornados até irrelevantes, para compreendê-la a partir de si própria, destacando elementos que a tornam carregadas de significados. Podemos iniciar esboçando o 'burburinho' característico das vozes em diversos volumes, incompreensível aos que percorrem os meandros entre as mercadorias expostas no chão ou em tabuleiros. Além das frases elaboradas de improviso, com duplo sentido[4] sobre o produto ou sobre os fregueses: "moça bonita não paga nada, mas também não leva"; "Essa banca só vende caqui, o melhor caqui, só caqui", só caqui", etc, os feirantes, do mesmo modo que conversam sobre o futebol, o clima, a novela, a política, anunciam seus produtos aos quatro cantos, principalmente aqueles que perambulam carregando as poucas unidades de produtos em cestas na cabeça, nos braços, nas costas[5]. Do mesmo modo, os feirantes mais fixos também alardeiam as qualidades de seus produtos, os preços e até mesmo as ofertas para vencer a disputa do consumidor e evitar encerrar o dia com mercadorias, pois é importante lembrar que seus produtos são perecíveis, passíveis, portanto, de estragar e feder.

Isto nos remete a outra essência da feira que é a infinidade de cheiros, odores. Nada mais marcante que a memória olfativa dos lugares, e as feiras, por reunirem uma incrível diversidade de produtos, são capazes de exalar os mais variados odores. Há, sem dúvida, os odores que agradam, oriundo das frutas, de flores, dos

4 Ver Mayol, P. (2003); e VEDANA, (2008).

5 Guardo ainda em minha memória de infância os cânticos entoados por vendedores de frutas do Recife, em meados da década de 1970, que passavam pelas ruas cantando: "Mangaba, olha a mangaba, olha a pinha, já caiu cajá"; "Macaxeira, macaxeira rosa"; já os vendedores de outros apetrechos domésticos passavam cantando: "Vassoureiro, vassoureiro, Espanador, vasculhador, esteira de palha, raspa coco e grelha".

temperos; há odores que são mais intensos, derivados de raízes, de plantas, assim como o cheiro do sangue da carne e dos peixes. O personagem central do livro "O Perfume", de Suskind (1985), Jean-Baptiste Grenouille, abandonado recém-nascido pela mãe sob uma banca de peixe na feira de Paris, desenvolve uma sensibilidade olfativa que vai marca-lo por toda a vida. Mas há também o cheiro do suor dos corpos dos trabalhadores, carregadores, de todos que ao circularem pela feira, deixam rastros no ar. Enfim, a podridão no fim do dia dos produtos que estragam: restos de verduras, vísceras de animais, cascas de frutas. Mas a feira precisa estar limpa para o dia seguinte, daí a existência, também, de trabalhadores que se encarregam de recolher as sobras, os dejetos, resíduos que exalam mal, além dos catadores, dos pobres que se valem desses restos para se alimentar.

Além das sensações auditivas e olfativas, a feira é capaz de proporcionar um grande deslumbramento de cores. O colorido e as tonalidades dos produtos expostos, muitas vezes organizados para atrair os compradores, possuem uma força de encantamento capaz de envolver os consumidores. Do amarelo das frutas, indicando sua propriedade comestível, ao verde dos vegetais ricos em clorofila; do vermelho das carnes ao brilho dos olhos dos peixes; às cores das farinhas demonstrando a sua pureza. O sentido visual da feira, tal qual um arco-íris, impõe aos seus frequentadores mais perspicazes um desafio para compreender a aquarela representada pela exposição dos produtos (figura 2). Some-se a esses sentidos, o tato, a textura e o toque nos produtos e a 'prova' do pedaço da fruta oferecido pelo feirante ao comprador, o paladar, o sabor e temos a completa e complexa percepção do mundo da feira. Isto permite compreender que os dois lados da banca da feira, por dentro o feirante e por fora o comprador, estão muito além do simplismo explicativo do jogo da oferta e da procura. Na verdade, as novas formas de controle da produção e, principalmente da distribuição dos produtos, suprimiu

essa 'lei de mercado' quando coloca uma grande quantidade de feirante sob domínio de poucos grandes distribuidores.

Figura 2. Tipos de Farinha. Feira Manaus Moderna.

Foto do autor.2016

No entanto, acreditamos que a feira ganha o seu maior significado enquanto lugar vivido pelos seres que aí dedicam toda uma vida de relações com este ambiente. O feirante, para organizar o seu trabalho, inicia sua jornada ainda quando seus fregueses dormem. A madrugada é o momento de negociar com fornecedores, ordenar a banca, selecionar e limpar os produtos, definir os preços, enfim, tarefas que são realizadas cotidianamente. Não faltam as conversas de modo breve com seus colegas feirante sobre o comércio, a vida, a família e outros assuntos da feira, pois suas relações estão aí. Cada dia da semana possui um significado, por isso mesmo, diariamente, uma forma de ordenar a banca, alternando a quantidade e a variedade de produtos. É pelo turno da manhã que há uma intensificação maior de movimento de compradores, pois a ida à feira tem por objetivo comprar os suprimentos para fazer a comida, o almoço, abastecer outros pequenos mercados e serviços de carga e descarga realizados por trabalhadores avulsos.

Esse mundo diário do feirante, em que ele dedica horas intensas de trabalho, impõe-lhe a construção de uma experiência vivida que vai ser sua guia nas relações estabelecidas entre ele o seu mundo. Seu "mundo" possui: a) um caráter físico, material, expresso pelo espaço/tempo de sua atividade: a feira, a banca, o box dentro do mercado, a produção (safra e entressafra) mediada por fenômenos naturais e comerciais; a rede de transporte, que organiza a circulação e distribuição; b) e uma natureza social[6], marcada pelas relações intersubjetivas enfrentadas no desenvolver de sua atividade: a incerteza do comércio; a saudação dos fregueses; o cumprimento da entrega do produto pelo fornecedor; o dinheiro disponível para renovar seus produtos; a vigilância com a fiscalização oficial; a reprodução geracional da atividade desempenhada através da transmissão desse saber, etc. Portanto, a feira não expressa somente sensações auditivas, visuais, olfativas e táteis. Há, atravessando tudo isso, uma intersubjetividade composta pela rede de relações sociais estabelecidas entre as pessoas com as quais convive diariamente e mesmo sua disposição espacial, sua extensão, sua configuração física, a quantidade de feirantes e outros sujeitos.

A urbanização da sociedade revelada por aglomerações que comportam milhões de habitantes, determinou novas formas de comercialização de produtos alimentares, desde a multiplicação das feiras e mercados públicos numa cidade, passando pela expansão dos supermercados, que procuram controlar a produção agrícola, até a própria industrialização dos alimentos com sofisticados padrões de conservação e embalagem, permitindo a ampliação mundial da circulação dos produtos. A feira e o feirante, tal qual o camponês, não desapareceram, mas na atualidade convivem com outras formas de distribuição de alimentos, marcadas pela desper-

6 Ver Buttimer, A. (1982); Relph, E. indica três componentes do envolvimento com os lugares: a configuração física, as atividades e os significados. Ver Marandola(2010).

sonalização da relação comercial num supermercado e artificialização da alimentação, assim como também incorporaram na sua lista enorme de produtos frescos, *in natura*, produtos da indústria de alimentos, vindo de milhares de quilômetros de distância, seja para agradar e atender as exigências do freguês, seja para assegurar um rendimento além dos produtos agrícolas. Portanto, não pode ser interpretado como estranho encontrar numa feira, numa banca de feira de qualquer cidade do mundo, alimentos frescos ao lado de alimentos processados. É o olhar do Outro que quer ver a 'pureza da tradição local' num mundo fortemente globalizado.

Nas feiras e mercados da Amazônia encontramos algo semelhante a inúmeras feiras e mercados de todos os lugares do mundo: uma diversidade de produtos agrícolas de origem local, artigos do artesanato rural e mesmo produtos que chegam por avião de outros lugares do Brasil. Contudo, o que a torna particular e cria aquela atmosfera vibrante da "alma do lugar", são os produtos extraídos da floresta, a variedade de peixes extraídos da bacia amazônica, o artesanato indígena e outros produtos da agricultura local que não se tornaram mundiais. Sob o olhar do outro, recebe a denominação de 'exótico', expressão com a qual tenta-se manter relações assimétricas, diferente e inferior ao 'meu mundo'. Pinto (2006) esclarece que a "geografia do exótico se fixou de uma maneira incisiva com o processo de ocidentalização do mundo".

A FEIRA NA BEIRA DO RIO

Apesar de Feiras e Mercados apresentarem entre si semelhanças como sendo lugares responsáveis pela distribuição de alimentos para o abastecimento da população, possuem distinções que vale a pena destacar. Enquanto fenômenos que aparecem para a nossa consciência, a feira, aquela em que os produtores ou feirantes montam por conta própria, armando suas bancas, estendendo um

pano no chão para expor os produtos, atraindo outros vendedores ambulantes pela aglomeração que provocam e atraindo seu público consumidor, possui um caráter mais efêmero, ou seja, surge na alvorada do dia para desaparecer ao final da manhã, porque tanto quem compra deve retornar para casa para elaborar a refeição do dia com os produtos frescos, como quem vende quer retornar ao seu lugar de produção para preparar a venda do dia seguinte. A paisagem criada com a feira livre torna-se efêmera, pois tende a desaparecer em poucas horas, tornando-se outra ao final da tarde quando não há mais rastros do período da manhã. Assim é a beira do rio em diversas cidades da Amazônia, catalizadora dos fluxos de pessoas e mercadorias, quando canoas e barcos encostam para oferecer os produtos.

Por outro lado, o Mercado, enquanto lugar de comercialização dos mesmos produtos da feira, aparecerá sempre, pois que fixo, permanente na paisagem. Geralmente são os poderes municipais que se encarregam da construção destes lugares de comercialização, com o objetivo de regulamentar as atividades, assegurar o aspecto sanitário dos produtos, a higiene do lugar da comercialização, fiscalizar pesos e medidas. Ao contrário da feira, são limitados espacialmente, abrigam uma quantidade limitada de bancas ou box, que recebem uma permissão do poder público para comercializar. Porém, como a feira, tem seu movimento maior durante as manhãs pelos mesmos motivos: seus frequentadores vão comprar os alimentos do dia.

A outra distinção entre Feiras e Mercados é o fato de a feira ser um espaço aberto e o mercado um lugar fechado. Tuan, quando discute a Psicologia espacial e o simbolismo, enfatiza que ““aberto” e “fechado” são categorias espaciais significativas a muitas pessoas. Agorafobia e claustrofobia descrevem estados patológicos, mas espaços abertos e fechados também podem estimular sentimentos topofílicos” (2012, p.49). Experiências como claridade/escuridão,

segurança/insegurança, liberdade/prisão, ventilação/sufocamento, noções topológicas de altura, profundidade e largura, existência ou não de horizontalidade e verticalidade, afetam nosso sentido de amplidão ou restrição ao movimento. Nos mercados, seus corredores internos guiam o nosso movimento; nas feiras, nossos movimentos são determinados pela disposição espacial aleatória de bancas e produtos no chão. Para uma população que sempre teve o rio, a beira do rio, como referência espacial, nada mais normal que organizar o espaço a partir dessa referência. Na Amazônia, as feiras sempre foram, inicialmente, localizadas na frente da cidade, às margens dos rios, canoas e barcos lado a lado expondo peixes, farinhas, frutas e verduras. Aí permanecem em muitas dessas cidades, associadas a um mercado público.

Figura 3. O Verdureiro. Moacyr Andrade. (1941).

A histórica ocupação da Amazônia pelos povos originários foi prioritariamente às margens dos rios da grande bacia hidrográfica. A variedade de recursos pesqueiros, a riqueza da várzea amazônica além da caça e da coleta de produtos da floresta e da facilidade

de mobilidade de navegação, consolidou este tipo de ocupação. Antonio Porro (1996), a partir das crônicas deixadas pelos primeiros colonizadores espanhóis e portugueses que aí navegaram, demonstra a existência de assentamentos de diversas etnias ao longo de toda a calha central do rio Amazonas e rio Solimões. Relata o comércio entre elas, as guerras, os ritos e as práticas alimentares. Berta Ribeiro (1995), tomando como referência os índios do rio Negro, identifica a especialização produtiva de cada etnia e as trocas realizadas entre eles, seja de artefatos de madeira e palhas/ cipós (cestos, remos, canoas, bancos, etc), seja de alimentos. Só de mandioca, a autora afirma que existiam mais de 100 variedades, com produção de farinhas e outros derivados.

A colonização portuguesa seguiu os passos das etnias amazônicas, implantando sobre a localização das aldeias, fortes e igrejas, para assegurar a posse e difundir a religião, além da obrigação da língua portuguesa. Tiveram, também, que assimilar as práticas alimentares amazônica, ao mesmo tempo em que passaram a introduzir novos produtos agrícolas que interessavam à comercialização. O naturalista Alexandre Rodrigues Ferreira (1756-1815), que percorreu a região entre 1783 e 1792, expõe a difusão do anis, do café, tabaco e cana, bem como da introdução de hortaliças, alface, couve, repolho, pepino, e frutas como manga, jaca, uva, limão, jambo[7]. Ou seja, novos produtos foram incorporados à grande variedade de frutos e plantas nativas recorrentes na dieta alimentar amazônica. Mas o que o surpreende mesmo é o uso de tartarugas como alimento.

A medida em que se amplia na Amazônia o contingente de pessoas dedicadas às atividades não agrícolas, como as missões religiosas, os aldeamentos militares, administradores coloniais, sertanistas, índios empregados nas atividades de apoio a todos os

7 Ferreira comenta a admiração dos habitantes naturais ao verem os missionários comerem alface em saladas (1983, p. 383).

demais, amplia a necessidade de oferta de alimentos. Decerto que não havia feira, mas o que importa é mostrar que a partir daí já existe uma população que não produz o seu alimento, uma vez que se ocupa de outros serviços. A base alimentar será a indígena: o peixe e a farinha, trazidos de canoa à beira do rio, às povoações, pelos ribeirinhos e índios. Pequenos roçados no entorno dos povoados forneciam outros produtos. Animais caçados na floresta e quelônios de espécies variadas também compõem parte da dieta.

Diferente de outras regiões em que a base da circulação é composta por estradas e caminhos, com a carga transportada em animais de carga ou veículos, na Amazônia a circulação sempre foi marcada pelos rios, sendo a canoa a remo o principal meio de transporte, e, posteriormente, motorizada. Um dado geográfico fundamental para compreender ainda atualmente a região é a dispersão da população associada aos meios de locomoção. Ao contrário das feiras e mercados periódicos no Nordeste brasileiro onde os feirantes possuem um circuito de comercialização durante uma semana, levando seus produtos para diversas cidades, utilizando-se de transporte próprio ou mesmo transporte público, na Amazônia esta circulação interurbana dos feirantes é mais difícil de ser realizada em virtude da lentidão do transporte fluvial e da distância entre os núcleos urbanos. Assim, as feiras são essencialmente locais, composta por produtos perecíveis como peixes, frutas, verduras que não suportam os dias de viagem, a inclemência do calor e a umidade.

Os camponeses da Amazônia, fruto da miscigenação de indígenas com os primeiros colonos[8], habitam as margens dos rios desde o período colonial, pois aprenderam com seus ascendentes indígenas a manejar a fertilidade da várzea, a reconhecer os produtos agrícolas de curto ciclo adaptados a esse ambiente, a selecionar os produtos da floresta, a enfrentar os períodos de en-

8 Ver CRUZ, Manuel (2007) sobre a formação deste campesinato na várzea amazônica.

chente e vazante dos rios e a extrair daí os peixes[9]. Convivem com os períodos de abundância e escassez, estocam farinha e salgam o peixe; criam pequenos animais e tartarugas, constroem canteiros suspensos – pequenas hortas – para evitar a perda com as grandes enchentes, e sempre dispõem de determinados produtos excedentes que levam de canoa para a beira do rio nas vilas e cidades da Amazônia.

Neste sentido, o que geralmente se encontra nas inúmeras pequenas cidades da bacia Amazônia, é a realização de feiras na beira do rio, onde se encontram camponeses que vêm à cidade vender seu produto e feirantes que, antecipadamente, adquirem produtos dos camponeses. É importante salientar que em muitas dessas cidades – Santarém, Oriximiná, Parintins, Itacoatiara, Manacapuru, Coari, Tefé, Maués, Tabatinga, as prefeituras, na perspectiva de organizar o abastecimento que chega às praias, construíram mercados públicos ou feiras cobertas para abrigar essa atividade. Todavia, essa organização não ocorre por completo. Algumas respostas podem ser dadas como, por exemplo, não há boxes ou bancas suficientes para os vendedores; nem todos estão dispostos a pagar taxas de ocupação no mercado; nem todos podem permanecer o dia inteiro à disposição dos compradores, pois precisam retornar às suas casas fora da cidade; muitos compradores adquirem os produtos fora do mercado, expostos nas ruas, calçadas ou canoas por acreditarem que pagarão menos; outros, enfim, já possuem uma relação de freguesia com o feirante e o procura seja na rua, na banca da feira ou na praia onde atracam as canoas.

9 Os camponeses que se instalam na Amazonia, a partir da década de 1970, vindos do Sul do país, através dos inúmeros projetos de colonização, apresentam uma espacialidade vivida completamente distinta do campesinato histórico da Amazônia: 1º) Não reconhecem a floresta como "armazém" de alimentos, removendo-a; 2º) Não comem peixes; 3º) não comem farinha; 4º) Não estão nas margens dos rios, mas nas rodovias e ramais; 5º) Estão limitados espacialmente à sua propriedade, enquanto os "caboclos ribeirinho" circulam mais livremente para caçar, coletar e pescar.

Percebe-se que a institucionalização da feira ou do mercado, com regras definida pelo poder público, as prefeituras, termina por ferir 'princípios' próprios à informalidade. E esta tensão é recorrente visto que o poder local define regras para a comercialização punindo quem não se enquadra a elas. Outra questão que nas duas últimas décadas tem afetado parte da comercialização em feiras nas cidades da Amazônia, é a proibição pelo Estado de se vender animais caçados na floresta. A lista não é pequena: pacas, tatus, javalis ou porco do mato, anta, veado, macaco e algumas aves como patos, jacus, além da jacarés e tartarugas. Neste caso os 'princípios' feridos são de uma dieta alimentar elaborada há séculos que insiste em permanecer, uma cultura e tradição que aprendeu a selecionar, preparar, temperar e conservar, bem como aprendeu os períodos ou estações do ano próprias à caça. Apesar dessa atuação do Estado em regular ou proibir o consumo destes alimentos, eles continuam a ocorrer, pois não se elimina de imediato uma tradição com leis e regulamentos. Assim, através de uma encomenda, um pedido, é possível comprar carne de caça, ou então dentro das feiras, escondido entre outras mercadorias e oferecido silenciosamente[10].

A diversidade de produtos da feira é composta também de outros produtos da agricultura e da floresta. A floresta vem às feiras através dos óleos, raízes, folhas, sementes e cascas de árvores, desde o mercado Ver-o-Peso em Belém, até o Alto Solimões, produtos que serão ingeridos como temperos ou como medicamentos, afinal a floresta não é só armazém de alimentos, mas é também farmácia! Somente o conhecimento vivido ao longo de séculos permitiu que os habitantes da floresta pudessem, em

10 Confesso que fiquei, inicialmente, impactado ao ver macacos mortos sendo vendidos, como alimento, numa feira em Benjamin Constant, cidade na fronteira do Brasil com o Peru.

meio a milhares de espécies vegetais, selecionar uma ou outra erva para temperar ou curar doenças.

MANAUS: DA FEIRA AO MERCADO

A cidade de Manaus na virada para o século XXI conta com dois milhões de habitantes; possui cerca de quatrocentos quilômetros quadrados, algo como vinte quilômetros às margens dos rios Negro e Amazonas e vinte quilômetros para dentro, no sentido Sul Norte, para onde a cidade de expandiu. Não é nenhuma pequena cidade cuja circulação seja realizada de modo breve, a pé, caminhando. Estas referências espaciais são importantes quando se pensa no processo de abastecimento de alimentos. O deslocamento dos consumidores passa a ser organizado a partir do tempo/espaço que ele dedica para realizá-lo. Os sucessivos governos municipais, por outro lado, visando o controle do abastecimento, viabilizou a construção de mercados e feiras distribuídas pela cidade para permitir que os habitantes não precisem se deslocar por uma distância muito grande. De modo ideal é assim que se planeja, contudo, sabemos que nem sempre isso se efetiva, pois, por tradição, há aqueles consumidores que insistem em comprar neste ou naquele mercado; nesta ou naquela feira. O que apresentaremos a seguir, de maneira suscinta, é um pouco da trajetória, do percurso que o abastecimento de alimentos na cidade de Manaus tomou desde a virada do século XIX aos dias atuais, para compreender a fraqueza atual das feiras e a força de outros canais de distribuição de alimentos.

DA RIBEIRA DOS COMESTÍVEIS AO MERCADO ADOLPHO LISBOA

Feiras e mercados costumam ser a expressão de uma região pelos produtos que expõem e vendem, sejam aqueles perecíveis, que

por suas características próprias possuem um alcance espacial limitado, sejam os não perecíveis, como os produtos de produção caseira, doméstica, artesanal, com materiais da própria região, não destinados à alimentação, mas também aqueles destinados à alimentação que passam por um processo de beneficiamento para serem conservados por um período de tempo maior que uma fruta ou um legume. O uso do sal ou da defumação, embora continue sendo usado na Amazonia para a conservação do pescado, perderam espaço para a refrigeração a partir da difusão dessa inovação no interior amazônico. Energia elétrica e fábrica de gelo possuem uma ampla distribuição espacial na região, permitindo que os produtos derivados da pesca possam chegar em Manaus, maior mercado consumidor da Amazônia, depois de dias de viagem de barco.

Manaus, que surge a partir de um forte de origem portuguesa no século XVII, só vai ganhar maior expressão quando é transformada em capital da Província do Amazonas em 1850, com a instalação da administração pública que inicia os trabalhos de organização urbana. Até então era um 'porto de lenha'[11] na rota dos navios a vapor que já percorriam a calha do rio Amazonas. Sua localização na foz do rio Negro e confluência com o rio Amazonas foi um dos motivos para tornar-se capital, pois permitia ações mais rápidas de vigilância nos rios. Os relatos sobre abastecimento e alimentação deixados pelos viajantes e naturalistas que passaram pelo Amazonas ao longo do século XVIII e XIX demonstram que este era realizado por ribeirinhos e índios, de modo geral às margens dos rios, trazendo peixes, tartarugas e produtos de suas roças, principalmente farinhas.[12]

11 No período da navegação a vapor havia, ao longo da calha dos rios, vilas e povoados com porto onde se encontravam lenhas para combustão dos navios, assim denominados portos de lenha.

12 Spix e Martius, Henry Bates, Louis e Elizabeth Agassiz, Robert Avé-Lallement.

Em 1855 o presidente da recém-criada Província do Amazonas, Ferreira Pena, visando a organização e regularidade do abastecimento de alimentos, uma vez que havia muita reclamação de carência e carestia dos mesmos, anuncia a construção de uma feira denominada "Ribeira dos Comestíveis" na rampa de desembarque da cidade, exatamente no lugar onde se realizava a comercialização dos produtos trazidos por ribeirinhos e índios. Essa carência ou carestia, muitas vezes explicada como resultado da preguiça e indolência dos nativos da região, merece outra leitura, devendo ser compreendida como a não necessidade da comercialização dos produtos no sentido literal do termo. Ora, índios e ribeirinhos produziam e pescavam o suficiente e necessário para a sua manutenção e de sua família, sem nenhuma obrigação de vender na feira aos novos habitantes urbanos da cidade de Manaus. É interessante ver que essa preocupação de ampliação da produção para o comércio e abastecimento das cidades da Amazonia existe desde a publicação da Lei do "Diretório dos Índios", em 1755 por Marques de Pombal, que tinha por objetivo a inserção dos indígenas à colonização portuguesa, definindo, além do comércio, a língua, a habitação, os matrimônios.

No entanto é a expansão da exploração da borracha nativa que promove alterações substanciais na cidade. Cada vez mais necessária pela indústria, a busca pela borracha coloca Manaus no centro de uma dinâmica mundial. A migração para o Amazonas aumenta rapidamente, tanto de pessoas que se destinam aos seringais para trabalhar na exploração direta da borracha, quanto na cidade de Manaus para dar suporte ao comércio e as atividades de exportação. Com uma população de 8.500 habitantes em 1852, passa para cerca de 30.000 em 1872 e em 1890 atinge 38.000 habitantes. De fato, é a partir daí que a cidade começa a passar por grandes transformações urbanas facilitadas pelo volume de recursos obtidos com a exportação da borracha. A construção de um

mercado público para organizar o abastecimento entra na pauta de preocupação das autoridades desde a década de 1860, pois o antigo mercado havia sido definido pelo presidente da província em 1880, Satyro Dias, como "um velho edifício esboroado e repugnante"[13]. A partir disso, é dado início à construção de um Mercado de Ferro, com peças importadas de Liverpool, Glasgow e outras cidades da Europa[14]. Manaus já ostentava a riqueza da borracha e Paris era o modelo a ser seguido. Um novo mercado é inaugurado em 1883 com a frente voltada para o rio Negro, sendo reformado e ampliado em 1909 contendo um pavilhão para peixes, um pavilhão para verduras, um pavilhão para carnes e miúdos e o pavilhão das tartarugas[15] (figura 4).

Figura 4. Mercado Municipal Adolpho Lisboa

Fonte: Construtora Biapó (institutobiapo.com.br)

13 Ver o livro de MESQUITA (2019).

14 O arquiteto Carlos Lemos afirma ser uma pequena réplica do Mercado Les Halles de Paris. Ver MESQUITA, O.(p.62)

15 O consumo de tartaruga e seus ovos sempre surpreendeu os estranhos à região.

O 'mercadão' Adolpho Lisboa passa a ser o principal centro de abastecimento da cidade de Manaus. Além dos produtos de origem local, dos peixes, carnes de boi e de caça, verduras e frutas, tartarugas e tracajás, os produtos importados da Europa que chegavam nos navios a vapor eram também frequentes: azeites, bacalhau, batata, conservas, doces, licor, vinho, caviar, champanhes, etc, atendiam a demanda da burguesia extrativista.[16] Todavia o problema do abastecimento de alimentos frescos não seria resolvido, pois a mão de obra que chegava ao Amazonas dirigia-se aos seringais para extrair borracha e não para plantar alimentos. A repetida alegação da preguiça e de falta de braços para a agricultura é apenas uma interpretação errada sobre o modo de vida das populações locais que empenham seus esforços para produzir alimentos para si e não para um mercado, para alimentar uma cidade. Desta forma, Manaus continuava a ser uma cidade cujos preços dos produtos de feiras e mercados se manteriam elevados.

Esse período de 1890 até 1920, é marcado por uma mudança substancial da cidade de Manaus em que seus administradores, empolgados com as rendas obtidas com a exploração da borracha, promovem diversas mudanças urbanas, portos, teatros, prédios públicos, de arruamentos, iluminação, saneamento e higienização do espaço público. De modo semelhante, já havia reclamos da população para instalação de feiras e mercados em outros pontos da cidade para reduzir a centralidade do mercado central. Só em 1914 é que duas feiras são criadas pelo poder público em bairros fora do centro, no bairro de São Raimundo e Cachoeirinha. Ao mesmo tempo expande-se a fiscalização sanitária sobre os produtos fornecidos dentro e fora do mercado (Dias, p. 68). A "civilização de palha" procurava ser a "Paris dos trópicos", no período denominado "*Belle époque*" amazônica.[17]

16 DIAS (2007).

17 Freire, J.R.B. Barés, Manaós e Tarumãs.

A cidade de Manaus chega ao final da primeira década do século XX como uma cidade imponente pela infraestrutura implantada. Na economia, o capital inglês controla portos, bancos, transportes, abastecimento de água e luz[18]; na sociedade, a nascente burguesia local composta por comerciantes, quer seguir os costumes franceses, apagando as referências indígenas, como por exemplo, proibir o tomar banho de rio![19] Apesar de mercados e feiras terem sido criados em outros pontos da cidade, o mercado Adolpho Lisboa continuou exercendo uma centralidade muito grande na cidade, inclusive após a decadência da borracha, como principal ponto de abastecimento de alimentos. Canoas de pequenos camponeses continuaram a atracar na "praia do mercado", como continuam a fazer até os dias atuais (figura 5). Como não comporta internamente todo o contingente de vendedores de produtos, seu entorno transformou-se em extensão, como uma feira ao ar livre. Uma mudança maior no processo de abastecimento alimentar só passará a ocorrer no início dos anos 1970, quando a cidade volta a receber mais um contingente de migrantes, desta vez para trabalhar na recém-criada Zona Franca de Manaus.

Figura 5. Porto em diferentes tempos: a) imagem de 1903, Kock Grunberg; b) imagem de 1968, Orlando Valverde; c) imagem de 2019, do autor.

18 Dias, 2007, p.45.

19 Ver em: Nogueira, R. (2020); Oliveira Neto e Nogueira (2016) e Dias (1988).

"PORTO DE LENHA, TU NUNCA SERÁS LIVERPOOL"[20]

A Manaus do "porto de lenha", que se torna capital da província em 1850 e a partir daí passa por mudanças para abrigar um corpo administrativo e outras funções essencialmente urbanas, altera-se de modo mais intenso na virada do século XX tornando-se a capital da borracha nativa, surto que nos anos 1920 já dava sinais de esgotamento com a concorrência da produção da borracha nativa plantada na Ásia. Com o fim das rendas da borracha, a cidade volta aos passos lentos nas transformações urbanas[21]. Sua população, que em 1920 já era superior a 70 mil habitantes e aumentou com a 'descida' dos seringueiros dos altos rios, causando mais problemas relacionados a emprego, habitação e alimentação, atinge 300 mil habitantes em 1970, e dobra nos próximos 10 anos. A área urbana cresce espacialmente, principalmente de modo horizontal e novos mercados públicos e feiras improvisadas são instaladas pela prefeitura.

O mercado central vai ficando cada vez mais distante das novas periferias; a difusão da refrigeração como meio de conservação dos alimentos, impõe um mudança na rotina diária das pessoas em ir às feiras para adquirir carnes e peixes; a própria expansão dos alimentos industrializados que exigem frigorificação altera a dieta alimentar; por fim, creio ser importante mencionar que a maior inserção das mulheres no mercado de trabalho, afastando-a da produção doméstica da comida, reconfigura os hábitos alimentares, quando decide por alimentos mais práticos, semiprontos, congelados, com mais sal, com mais gordura, mais conservantes e mais

20 Trecho da letra da música "Porto de Lenha", autoria de Torrinho, composta na década de 1970 e gravada em 1984. É considerada um "hino" à cidade. "Porto de lenha Tu nunca serás Liverpool, Com uma cara sardenta E olhos azuis. Um quarto de flauta Do Alto Rio Negro, Pra cada sambista paraquedista, Que sonha o sucesso, Sucesso sulista, Em cada navio, Em cada cruzeiro (Em cada cruzeiro) Das quadrilhas de turistas."

21 Sobre o período de 1920-1960 ver Oliveira, J. Aldemir.

baratos. Enfim, como dissemos acima, a urbanização da sociedade promove uma série de novos arranjos, inclusive na alimentação.

O processo de urbanização da sociedade brasileira estimula outras formas de organização da distribuição de alimentos, liderada pelas redes de supermercados que também passam a atuar neste segmento de frutas e verduras, procurando atrair os consumidores da feira para as suas lojas, assim como ampliando sua rede de compras de produtos *in natura* até os sítios, chácaras e fazendas dos produtores rurais[22].

Manaus não se transformou nem em Paris, nem em Liverpool! A partir da década de 1970, é uma das capitais brasileiras que mais recebe migrantes de outras regiões e mesmo do interior do estado do Amazonas, vislumbrando um futuro com a implantação da Zona Franca de Manaus, com liberação de importações de tudo, de todos os lugares do mundo, e a promessa de emprego para todos. A pressão sobre a produção de alimentos para esta população urbana que se adensa exige ações políticas. Projetos não faltaram: em primeiro lugar, planejou-se instalar em Iranduba, antigo distrito do município de Manaus, o "Projeto CHISA"- Cidade Hortigranjeira de Iranduba Sociedade Anônima, empresa pública estadual criada em 1976, com o objetivo de abastecer de alimentos a cidade de Manaus; em segundo lugar, a criação da CEASA-AM, empresa pública federal voltada a concentrar a comercialização atacadista de alimentos[23]; além da Cobal, companhia pública destinada a comercialização no varejo de alimentos. A SUFRAMA- Superintendência do Desenvolvimento da Zona Franca de Manaus-, em seu planejamento de criar um Distrito industrial, também elaborou a criação de um Distrito Agropecuário, concedendo uma área de 589 mil hectares, no entorno de Manaus, destinado à produção agrícola, porém, ao contrário

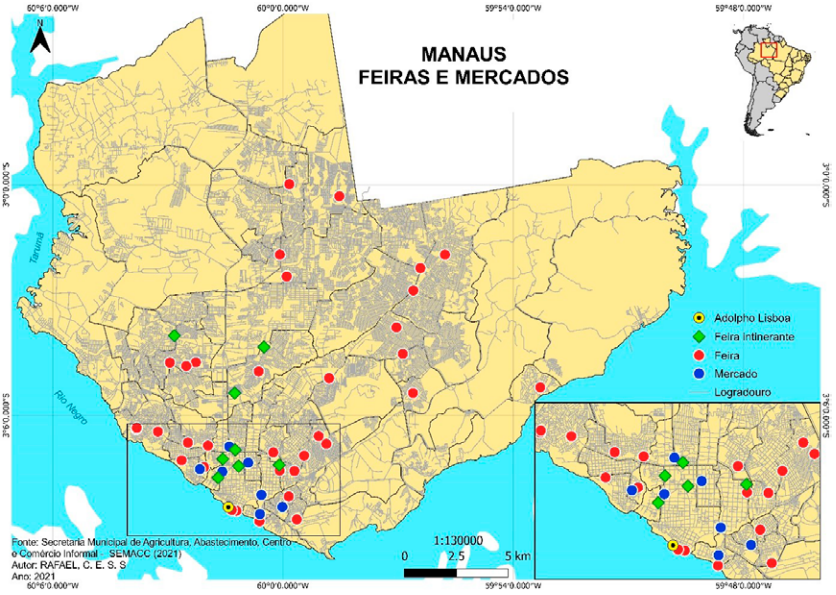
22 Ver Mascarenhas, Gilmar.

23 Ver Manual da CEASA.

das indústrias, nunca se desenvolveu. A prefeitura de Manaus também vai expandir a sua rede de feiras e mercados à medida que a cidade cresce, implantando feiras e mercados (Figura 6).

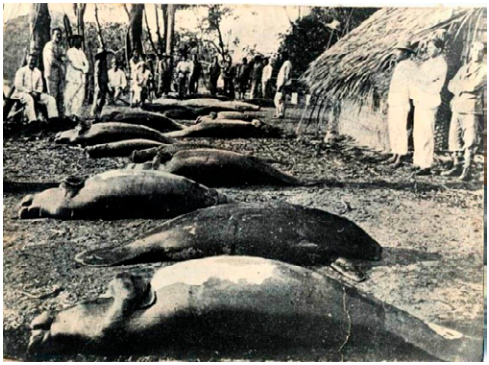
Esta ação do poder público de controlar a existência e funcionamento das feiras, definindo lugares, dias e horários, códigos e regulamentos, cadastrando os feirantes, fiscalizando os produtos, tentando impor uma racionalidade à sua realização, não se efetiva porque a principal marca e característica da feira é a sua informalidade. Esta informalidade atravessa diversas relações, não estando restrita à relação do feirante com o seu freguês. Sendo o feirante um comerciante, ele também estabelecerá com os camponeses relações informais de compra e venda da produção; também poderá se tornar num pequeno distribuidor a outros feirantes, que podem ter uma quitanda, estar no interior de mercados e feiras ou nas ruas, calçadas, ambulando com os produtos. Certamente esta é a cena no entorno de todos os mercados e feiras.

Figura 6 - Mapa das feiras e mercado em Manaus



Na Amazônia, a beira do rio em diversas cidades continua sendo um lugar de comercialização da produção rural – da agricultura e do extrativismo -, mesmo que haja um mercado ou feira pública. Em algumas delas, o lugar de pouso dos antigos hidroaviões Catalina, da empresa aérea Panair, transformaram-se em lugar de feira (a feira da Panair) pela aglomeração que causavam. Isso porque é aí que os primeiros acordos de compra e venda se realizam entre camponeses e feirantes/comerciantes e consumidores; é também aí que conseguem escapar das fiscalizações que ocorrem no interior do mercado, principalmente sobre os produtos originários de caça ou pesca ilegais. Para a caça, a proibição é generalizada; já para a pesca a fiscalização se dá de modo mais intenso nos períodos de defeso, quando algumas espécies são proibidas. Para o peixe-boi, que já foi no passado uma iguaria muito consumida, a proibição é total (figura 7). É corrente ainda hoje entre os mais velhos feirantes do Mercado Adolpho Lisboa, em Manaus, a história da 'hora do sino': a comercialização de carnes era permitida até um determinado horário, e após o sino tocar, a venda era proibida e os fiscais da prefeitura jogavam creolina sobre as carnes para evitar a sua venda posterior, pois não havia sistema de refrigeração nas bancas[24].

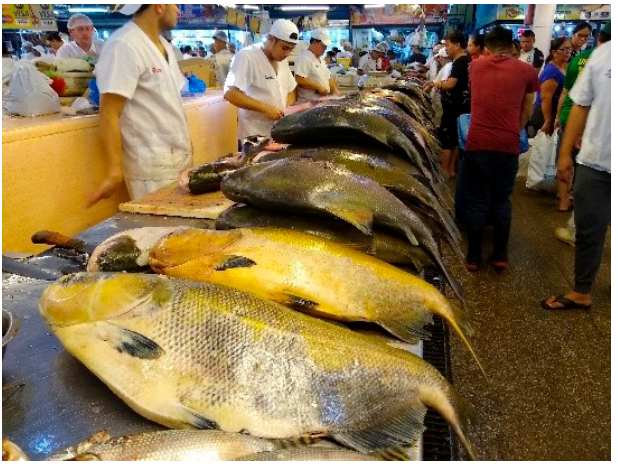
Figura 7. Caçada ao peixe-boi. Imagem do filme "O Pais do Amazonas", de Silvino Santos (1923)



24 Ver Silva, R, 2008.

Quanto aos produtos essencialmente regionais, que fazem a alegria dos turistas, oriundos da pequena produção camponesa, regra geral em pouca quantidade e grande variedade, encontra-se pupunhas, tucumãs, cupuaçu, ingás, buritis, cacau, jenipapo, castanha do Pará, biribás, açaí e guaraná em sementes; os derivados da mandioca, como a goma para a tapioca e o tucupi; também folhas, cascas e raízes de inúmeras plantas, como jambu, crajiru, óleos de andiroba e copaíba. E os peixes: tambaqui, pirarucu, jaraqui, Matrinchã, pacu, bodó, sardinha, tucunaré, piranha, aracu, piramutaba, dourado (Figura 8).

Figura 8. Tambaqui na Feira da Manaus Moderna. Foto do autor. 2019



Além da expansão de inúmeras feiras e mercados pela cidade de Manaus, a atuação das redes de supermercados na cidade, procurando suprir este segmento alimentar, também é importante ser ressaltada. Oferecendo um ambiente refrigerado, limpo, inodoro, iluminado, sem pedintes pelos corredores, sem carregadores circulando com sacas pelas costas, sem a gritaria dos vendedores, os supermercados também montam a sua “feirinha”. Destacam-se,

primeiro porque se constituíram como uma alternativa e ao mesmo tempo uma concorrência às feiras e mercados; segundo porque essas redes de supermercados, atendendo a um público diferenciado, de maior poder aquisitivo e de hábitos alimentares de outros lugares, com o capital que mobilizam, importam diversos produtos do Sudeste do país por via aérea, produtos que não se encontram nas feiras e mercados públicos, mas importam também produtos que fazem concorrência com a produção local. Ou seja, aquela noção clássica do cinturão verde, dos círculos concêntricos de von Thunen, é subvertida na modernidade com aviões transportando perecíveis para diversos lugares. Manaus recebe legumes e verduras do cinturão verde de São Paulo, de Fortaleza, de Brasília, de Belo Horizonte e outros graças a enorme teia de atacadistas, fornecedores e transportadores: rúcula, alho poró, vagem, almeirão, mandioquinha, alcachofra, endívia, espinafre, agrião, etc., matam a saudade dos migrantes 'sulistas'.

Enfim, completando este circuito de abastecimento alimentar em Manaus, há os comerciantes atacadistas, que importam cenoura, batata, cebola, tomates, pimentão, couve-flor, repolhos, brócolis, além das frutas como melão, morango, uvas, manga, banana, mamão, que distribuem às feiras e mercados.

CONCLUSÃO

Talvez seja muito forte querer afirmar que a feira seja um resíduo feudal, mas a paisagem efêmera criada com a reunião de muitas barracas e suas cores, seus produtos frescos, colhidos há poucas horas, atraindo uma quantidade de pessoas ávidas para escolher o melhor produto para a refeição, representa uma atmosfera bucólica, campestre, o que certamente nos remete à proximidade do mundo rural, mesmo estando a feira numa rua cercada de edifícios ou num galpão com pouca ventilação e iluminação.

No mundo urbano, com toda a sua plástica, é possível encontrar nos seus interstícios estes sinais do remoto ambiente rural. Junto com a feira podemos elencar a expansão das floriculturas e Pet's Shop como atividades comerciais que tem por apelo um retorno à natureza: uma flor, um bichinho... No entanto, é na feira que encontramos o alimento para a nossa sobrevivência.

Capturada pelo poder público que impõe regras para o funcionamento, a feira luta para manter o seu caráter de informalidade frente ao avanço da formalização realizada por redes de supermercados que lhe faz concorrência. Creio que estas formas espaciais – feiras, mercados, supermercados - expressam de maneira clara os embates entre aquilo que é global e aquilo que é local, muito embora nem sempre conseguimos separar estas escalas geográficas.

O Estado não somente capturou a feira como, utilizando-se de suas características e seu simbolismo, determina, define e cria outras formas assemelhadas como por exemplo as "Feiras do Produtor", as Feiras Agropecuárias, as feiras e festas do milho, feira nacional do Coco, Feira do morango e de tantos outros produtos em municípios espalhados pelo país, seja com o objetivo de manter uma tradição, seja para ter os produtores e feirantes sob seu controle. Na Amazônia, de modo parecido, estas festas/feiras de produtos se disseminam, parecendo mais uma prática política do que propriamente a manutenção de uma tradição, uma vez que a encenação da feira escolhe a *Miss* Cupuaçu, o prêmio ao maior produtor de cupuaçu, o melhor doce de cupuaçu e outros prêmios.

Enfim, parece que a grande novidade em tempos de transgênico e agrotóxicos em abundância, são as feiras de produtos orgânicos, muitas delas realizadas e patrocinadas em *Shopping Center's* que cedem o espaço confortável, refrigerado, com estacionamento, para atrair seus clientes, que são, com certeza, os clientes em potencial dos produtos orgânicos, em geral mais caros, e dos grãos que se tornam moda: chia, quinoa, linhaça, gergelim, amaranto, centeio, cevada.

REFERÊNCIAS

Associação brasileira das Centrais de abastecimento**. Manual operacional das CEASA's do Brasil**. Belo Horizonte. Disponivel em http://abracen.org.br. Acesso em 17/02/2021.

BUTTIMER, Anne. **Apreendendo o dinamismo do espaço vivido**. In. CHRISTOFOLLETI, Antonio. Perspectivas da Geografia. São Paulo, DIFEL, 1982.

CALVINO, Italo. **Marcovaldo ou as estações na cidade**. São Paulo, Companhia das Letras, 1994.

CLAVAL, Paul. **A Geografia Cultural**. Florianopolis, EDUFSC, 3ªed. 2007.

CRUZ, Manuel J. **Territorialização camponesa na várzea amazônica**. Tese FFLCH/USP, 2007.

DAOU, Ana Maria. **A Belle Époque amazônica**. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar,2000.

DIAS, Edinea M. **A Ilusão do Fausto**. Manaus 1890-1920. Manaus, 2ªed. Ed. Valer, 2007.

FERREIRA, Alexandre R. **Viagem filosófica ao Rio Negro**. Belém, MPEG, 1983.

FREIRE, José Ribamar B. **Baré, Manaós e Tarumãs**. https://edoc.ufam.edu.br Acesso em 15/02/2021.

KOCK-GRUNBERG, Theodor. **Dois anos entre os indígenas**. Manaus, EDUA/FSDB, 2005.

MARANDOLA, E. **Identidade e autenticidade dos lugares: o pensamento de Heidegger em place and placelessness, de Edward Relph**. Trabalho apresentado no Espaço de Socialização de Coletivos "Perspectivas fenomenológicas da geosofia", durante o XVI Encontro Nacional de Geógrafos, realizado em Porto Alegre, Julho 2010. Acesso em 28/02/2021.

MASCARENHAS, Gilmar. **FEIRA LIVRE:** territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. Revista Ateliê GeogrÁfico, Goiânia. V.2 n.2, 2008.

MAYOL, Pierre. **Morar**. In CERTAU, Michel de. GIARD, Luce. MAYOL, Pierre. A invenção do cotidiano: 2. Morar, cozinhar. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

MESQUITA, Otoni. **Mercado Adolpho Lisboa: História e Arquitetura**. Manaus, Fundo Municipal de Cultura, 2019.

NOGUEIRA, Ricardo J. B. **O banho de rio: um mergulho na tradição amazônica**. Inédito.2020.

OLIVEIRA, José Aldemir de Oliveira. **Manaus de 1920-1967. A cidade doce e dura em excesso**. Manaus. Ed. Valer/Gov. do Estado do Amazonas, 2003.

OLIVEIRA NETO, T. e NOGUEIRA, Ricardo. **Sociedade entre igarapés. As duas faces da bela Manaós**. Revista Labirinto Vol. 24 Nº.2 (2016).

PINTO, Ernesto R. **Viagem das ideias**. Manaus, Ed. Valer, 2006.

PORRO, Antonio. **O Povo das águas**. Rio de Janeiro, Ed. Vozes, 1995.

RIBEIRO, Berta. **Os índios das águas pretas**. São Paulo, Cia. Das Letras 1995.

SILVA, Ronaldo Tavares**. Mercado Adolpho Lisboa. Cheiros, sons e imagens. Uma abordagem simbólica**. Dissertação de mestrado, PPGSC/UFAM, 2008.

SUSKIND, Parick. **O Perfume**. Rio de Janeiro, Circulo do Livro, 1985.

TUAN, Yi- Fu. **Topofilia**. Londrina. EDUEL, 2012.

VEDANA, Viviane. **No mercado tem tudo que a boca come**. Tese de doutorado. Departamento de Antropologia, UFRGS, 2008.

AGRICULTURA URBANA E FEIRAS LIVRES: MICRO E MÚLTIPLAS TERRITORIALIDADES NA CIDADE DE NATAL – RN - BRASIL[1]

AUTORES

FRANCISCO FRANSUALDO DE AZEVEDO
ffazevedo@gmail.com

ELVIS NATAN DANTAS PEREIRA
elvispereira1992@gmail.com

1 A presente análise se vincula a uma pesquisa de investigação científica mais abrangente, envolvendo três equipes de pesquisadores vinculados aos programas de pós-graduação em Geografia da UNESP (Presidente Prudente), UFRN (Campus de Natal) e UFSC (Campus de Florianópolis), com o objetivo de estudar, de maneira conjunta, as temáticas de Agricultura Urbana e Periurbana, Políticas Públicas e os Mercados, focando nos espaços das Regiões Metropolitanas de Florianópolis-SP, Natal-RN e nos municípios de Presidente Prudente e Alvares Machado, ambas no interior do estado de São Paulo.

INTRODUÇÃO

A presença da agricultura e das feiras livres em cidades é uma realidade bastante marcante na contemporaneidade, embora remontem séculos e quiçá milênios de existência. Tratam-se, muitas vezes, de eventos geográficos dispostos em lugares longínquos uns dos outros, a partir das materialidades e dos fluxos engendrados, isto é, as hortas, os plantios, as barracas, a gama variada de produtos comercializados e pessoas envolvidas, os meios de transporte, entre outras formas de representação desses fenômenos. Nesse contexto é comum a presença de comerciantes, consumidores, transeuntes e trabalhadores correlacionados que oferecem, articulam e enredam uma diversidade de fluxos e produtos, cores, odores, ruídos e sensações que escapam aos olhos do observador, pois permeiam a tessitura dos dois fenômenos inúmeras relações e ações que envolvem os corpos, sabores, saberes e sentidos constituindo uma trama espacial que permeia a essência da vida, da cidade e do território.

Um observador das feiras, por exemplo, pode enxergar a conjuntura, a interação e a soma de diversos aspectos sociais provenientes de territórios distintos e a (re)produção de expressões culturais que refletem territorialidades múltiplas de seus participantes, sejam eles vendedores expondo seus produtos ou compradores em busca de mercadorias, sejam consumidores, artesãos, pescadores, artistas populares, etc.

Pensando no território e nas territorialidades faz-se necessária a conceituação destes termos, tão centrais para a Geografia. Para Santos (2001), o termo território é utilizado como sinônimo de espaço apropriado e usado, restritamente este é aplicado para nomear o espaço delimitado politicamente. Ademais, o território pode ser compreendido como produto de relações entre atores sociais (RAFFESTIN, 1993). Um espaço produzido pelas sociedades que

nele imprimem suas relações de poder. É possível conceber a ideia de um domínio sobre o meio que anteriormente fora apresentado aos homens, baseando-se na concepção de Raffestin (1993) e sua ideia de "processo" de território. Ainda para este autor, o território pode ser um "produto", acessível àqueles que não participaram desta produção, mas que o utilizam como meio.

Para Raffestin (1993), o espaço pode ser apropriado de maneira concreta ou abstrata, sendo, assim, territorializado pelos atores sociais através de suas relações e ações existenciais e produtivas, portanto, através desse movimento dos homens, os quais tecem e vivem suas territorialidades. Já as territorialidades pressupõem as relações dos indivíduos com o território, que podem, segundo Santos (2001), serem comparadas aos espaços de vivência e reprodução dos animais, mas no contexto humano referem-se à territorialidade humana, "a preocupação com o destino, a construção do futuro, o que, entre os seres vivos, é privilégio do homem".

Sendo assim, todas as pessoas, em distintas sociedades, apropriam-se material ou imaterialmente dos territórios, seja transformando-os diretamente, seja acessando-os, utilizando-os para garantir sua sobrevivência e sua reprodução social, ou seja, estar no espaço é estar territorializado, pois este faz parte de diversos contextos nas sociedades (político, econômico, cultural, ambiental, institucional, etc.).

No tocante à agricultura urbana, esta tem uma dimensão concreta, disposta no território, capaz de produzir e reproduzir espaços no interior das cidades ao redor do mundo, articulando e engendrando circuitos econômicos que garantem abastecimento alimentar e a reprodução social de diversos indivíduos e grupos sociais.

As territorialidades da agricultura urbana se configuram no plantio, na localização das hortas, na relação dos sujeitos com o entorno e com o poder público, mas também no trato com a terra, na colheita, na comercialização dos produtos gerados, dentre ou-

tras relações estabelecidas no interior desta. Destarte, merece especial atenção as relações de trocas comerciais e sociais daqueles que a desenvolvem e a utilizam como fonte de abastecimento alimentar, articulando distintas formas de comercialização e destinos da produção, engendrando fluxos e acionando diversos processos, produtos, sujeitos e grupos sociais.

Ao estudar a espacialidade da agricultura urbana é possível notar a presença de diversas formas de organização e territorialização, pois se apresentam desde processos pautados na agricultura convencional, mas também processos típicos da agricultura moderna, mecanizada, empregadora de capital, ciência e tecnologia com o uso intensivo de insumos agrícolas. Também se podem observar territorialidades de projetos comunitários, projetos institucionais, a exemplo dos projetos escolares e universitários, territórios de horticultores agroecológicos e solidários, nesse último caso como um movimento emergente na contemporaneidade que tem ganhando força ao redor do mundo.

Além das territorialidades constituídas pelos horticultores urbanos, outro fenômeno importante no contexto dessa análise são as feiras livres presentes nas cidades, as quais constituem a trama urbana e as formas de uso do território citadino, muitas vezes interdependentes e intrínsecas ao movimento da agricultura urbana e aos horticultores. As feiras livres figuram como espaços onde várias territorialidades se articulam com a participação de diversos sujeitos: o horticultor urbano, o produtor rural, o artesão, o comerciante, o atravessador, o comprador/consumidor, às vezes, o artista popular, cada um desses constituindo territorialidades, portanto, com sua própria sensação de pertencimento e sentido territorial. Assim, é possível notar que estes constituem, muitas vezes, microterritorialidades nas feiras e nas cidades, por meio de trocas financeiras, culturais, pessoais e simbólicas. Nesse sentido, a localização dos estandes e barracas (bancas em alguns lugares),

geralmente em ruas largas e praças, "permite uma abertura para outras atividades coletivas como manifestações religiosas, políticas e artísticas por entre suas tendas (LUCENA; GERMANO, 2011, p. 39)".

O viés comercial é superado nas rodas de conversa, no encontro e reencontro das pessoas que periodicamente transitam e frequentam esses espaços, nos diversos aspectos culturais que cada uma das pessoas ali reunidas traz consigo e passa um pouco aos outros. Ou seja, as feiras livres das cidades figuram como uma instituição econômica e uma prática social, constituída de uma dimensão geográfica muito relevante e significativa na contemporaneidade (AZEVEDO; QUEIROZ, 2013).

METODOLOGIA

Para o desenvolvimento desta análise usamos como referência o recorte espacial do município de Natal, mas atentando para os processos que se dão em outras escalas, como a regional e a estadual.

Para a realização da pesquisa de campo, fez-se trabalhos nos territórios de horticultores urbanos natalenses e em feiras livres deste município. Esse se fundamenta numa pesquisa teórica e bibliográfica sobre a agricultura urbana e feiras livres, seguida de identificação e mapeamento dos feirantes de Natal e de produtores urbanos, os quais constituem territorialidades de fundamental importância no contexto citadino em análise. Para a pesquisa empírica, contou-se com a realização de entrevistas junto a horticultores urbanos e feirantes, bem como realizou-se a observação participante em ambos fenômenos. Foi feita coleta e sistematização de dados secundários referentes ao processo produtivo e de comercialização de produtos hortifrutigranjeiros, modelo de produção que apresenta ampla variedade de gêneros produzidos e comercializados.

DISCUSSÃO E RESULTADOS - O FENÔMENO DA AGRICULTURA URBANA

Relacionando-se diretamente com as feiras livres, a agricultura urbana é responsável por gerar volumes expressivos de alimentos, sobretudo hortaliças, frutas e produtos de origem animal. Esta prática engloba a produção, extração e transformação de gêneros agrícolas e pecuários, dentro dos limites urbanos, evidenciando-se como um fenômeno representativo e expressivo na maioria das cidades brasileiras e de vários outros países. Esta visa à produção de hortaliças, ervas medicinais, plantas ornamentais, frutas, além da produção de origem animal e os próprios animais de pequeno à grande porte. Tais produtos e itens são voltados, especialmente, para o autoconsumo, comercialização, trocas e doações. A principal diferença desta em relação à agricultura de espaços rurais está na maneira como este meio de produção se integra aos sistemas ecológico, econômico, social e cultural das cidades (MOUGEOT, 2000).

Muito embora a prática da agricultura urbana seja praticada, às vezes, por *hobby*, mas muitas vezes, por motivações sociais e econômicas que envolvem a lógica da organização comunitária, coletiva e solidária, sobressai no interior desse fenômeno o agricultor urbano que se constitui como um

> agente social que vive a cidade a partir de uma prática econômica, que é o cultivo de plantas com valor comercial, através do comércio dos produtos resultantes do seu trabalho agrícola, e de todas as relações estabelecidas a partir da atividade econômica (LOCATEL; AZEVEDO, 2010).

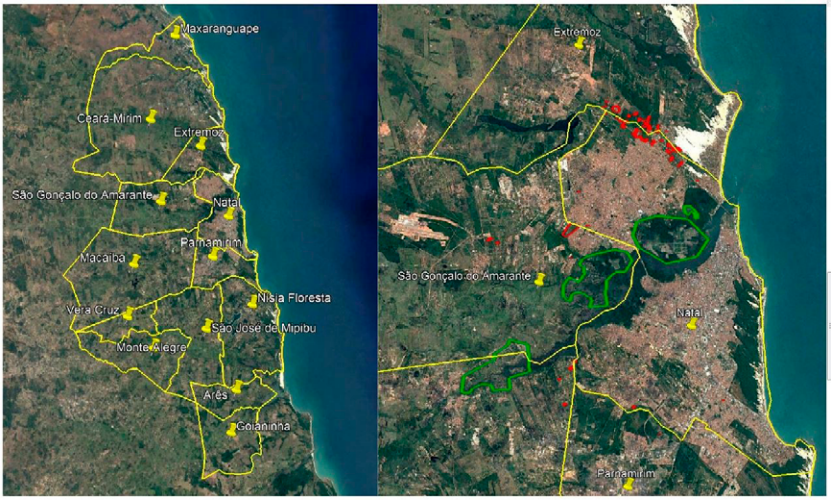
Em Natal, apesar de considerado pelo IBGE como um município com população 100% urbana, reforçado pelo Plano Diretor do município em 2007, nota-se no interior deste a presença de diversos focos do fenômeno da agricultura urbana, cujas territorialida-

des se fazem notar pela presença de agricultores urbanos, e suas representações compostas de pequenas hortas, jardins e quintais produtivos, bem como pequenos estabelecimentos comerciais de espécies hortícolas, às vezes, na própria rua ou avenida onde são produzidas. Logo, esta representa um exemplo de territorialidades no tecido urbano natalense, com maior destaque nos bairros da periferia, especialmente na Zona Administrativa Norte.

A posição do poder público no tocante ao não reconhecimento de espaços rurais (ou de suas práticas) no município de Natal é evidenciada pela ausência de políticas públicas para o setor. Somado a isso, nota-se pouca visibilidade desse fenômeno no imaginário da população, apesar de sua importância social para grupos de pessoas em condições de vulnerabilidade socioambiental que encontram nessa prática um meio importante de abastecimento alimentar e reprodução social.

Na Figura 1 é possível identificar na imagem à esquerda o posicionamento geográfico da Região Metropolitana de Natal no litoral do estado do Rio Grande do Norte, já a imagem à direita representa incidências do fenômeno da agricultura urbana no município de Natal e municípios limítrofes. Merece destaque a presença das hortas urbanas concentradas, em sua maioria, na Zona Administrativa Norte do município; é possível ainda identificar a presença de fazendas de camarão localizadas no estuário do Rio Potengi nos municípios de Natal, São Gonçalo do Amarante e Macaíba. Ou seja, trata-se de um fenômeno que embora muitas vezes escape aos olhos da população natalense, bem como apesar de não reconhecida pelo poder público, mas que se territorializa em várias porções geográficas do município e entorno.

Figura 01 – Imagens de satélite do Google referentes à Região Metropolitana de Natal, ao Município de Natal/RN e municípios limítrofes.



Fonte: Extraído do Google Earth, 2018.

O referido sistema produtivo também figura como um importante vetor de abastecimento alimentar e de reprodução social no município do Natal, nos municípios limítrofes e demais municípios da Região Metropolitana de Natal, especialmente quando se considera a agricultura periurbana. Os bens produzidos são destinados majoritariamente para o autoconsumo dos produtores e suas famílias, mas também para o mercado local e mercados intermunicipais, distribuídos nas feiras livres de Natal e região metropolitana, atravessadores, mercados públicos e sistema de comércio em geral, criando circuitos de distribuição de produtos agrícolas e pecuários na capital do estado, adjacências e no interior do estado.

Assim, o fenômeno da agricultura urbana em Natal se territorializa em várias zonas da cidade através do cultivo de hortas e criação de animais, com destaque para os territórios da Zona Administrativa Norte e Oeste, embora incide também nos municípios do entorno da capital, a exemplo de São Gonçalo do Amarante, Extremoz, Macaíba, Parnamirim e Nísia Floresta. Estas se situam

próximas a edificações, a ruas e avenidas pavimentadas. Porém, é necessário entender que "suas características variam pela pluralidade de técnicas utilizadas, condições naturais existentes, disponibilidade de recursos humanos e de capital, localização das áreas cultivadas e outros" (LOCATEL; AZEVEDO, 2010). Estas variam em extensão de áreas utilizadas para o cultivo, como exemplificado na tabela 1.

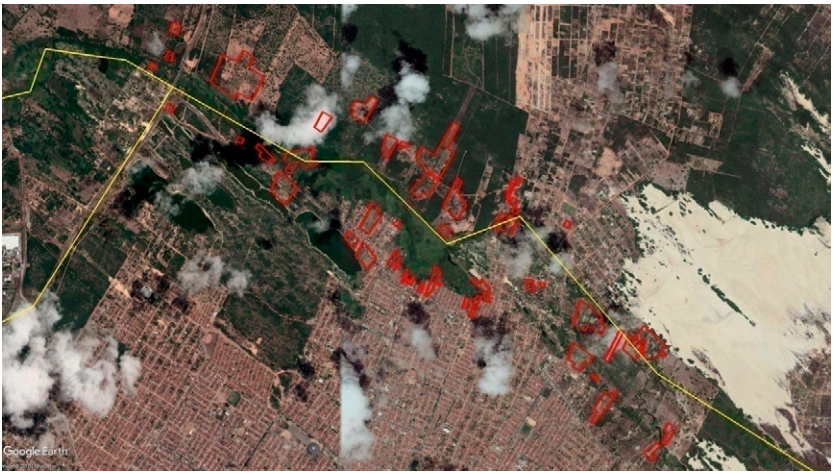
Tabela 1 – Áreas de cultivo e número de produtores pesquisados na Região Metropolitana de Natal

Área utilizada para cultivo (m^2)	Nº de Produtores
1. Até 100	
2. De 101 a 500	9
3. De 501 a 1000	2
4. De 1001 a 5000	9
5. De 5001 a 10.000	5
6. Mais de 10.000	13
Não especificado	5
TOTAL	43

Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

A recorrência e o tamanho das áreas destinadas ao cultivo comprova a importância desse fenômeno e desse vetor produtivo para os horticultores envolvidos, cujos territórios apresentam maior vulnerabilidade em relação a outros territórios da Cidade, a exemplo da Zona Sul. A maior representatividade aparece nos espaços próximos ao Rio Doce e a Lagoa Azul na Zona Administrativa Norte, embora apareça também nos limites com os municípios de São Gonçalo do Amarante ao oeste e Extremoz ao Norte, nos bairros Lagoa Azul e Pajuçara (Figura 2).

Figura 2 – Imagem de satélite do Google de hortas urbanas no Município de Natal/RN.



Fonte: Extraído do Google Earth, 2018. Elaboração Pereira e Azevedo.

A área de maior incidência e representatividade do fenômeno localiza-se justamente às margens do Rio Doce, no extremo da Zona Administrativa Norte da cidade, adjacente aos limites municipais de Natal e Extremoz, conforme já destacado. É importante reconhecer a relação entre essa prática e as características ambientais, pois a disponibilidade de recursos hídricos é condição fundamental para a existência do fenômeno, associada também às questões sociais, ou seja, nesse caso a agricultura urbana se constitui muitas vezes como única estratégia de sobrevivência para quem a desenvolve nesses territórios. Outro ponto a ser destacado é que devido ao baixo nível de tecnicidade e carência de recursos, os fatores climáticos e geomorfológicos ainda se impõem condicionantes (ou limites) para a maioria dos produtores urbanos horticultores. Mesmo assim, estes configuram territorialidades representativas na cidade do Natal e entorno.

Apesar dos limites e dificuldades que a produção em espaços urbanos apresenta, a exemplo, da menor disponibilidade de espa-

ços cultiváveis em relação aos espaços rurais, e elevado preço da propriedade da terra no espaço urbano, quando comparadas com as propriedades rurais, o modelo apresenta uma alta variabilidade de gêneros produzidos e mostra-se eficiente em diversidade de produtos, quantidade e qualidade da produção. Dentre os vegetais produzidos figuram hortaliças folhosas, hortaliças de frutas, tubérculos e raízes, ervas medicinais, plantas ornamentais e frutas diversas (LOCATEL; AZEVEDO, 2010). Figuram também diversos gêneros provenientes da criação animal de várias espécies, como bovinos, caprinos, ovinos e aves com uma ampla gama de produtos derivados (Quadro 1).

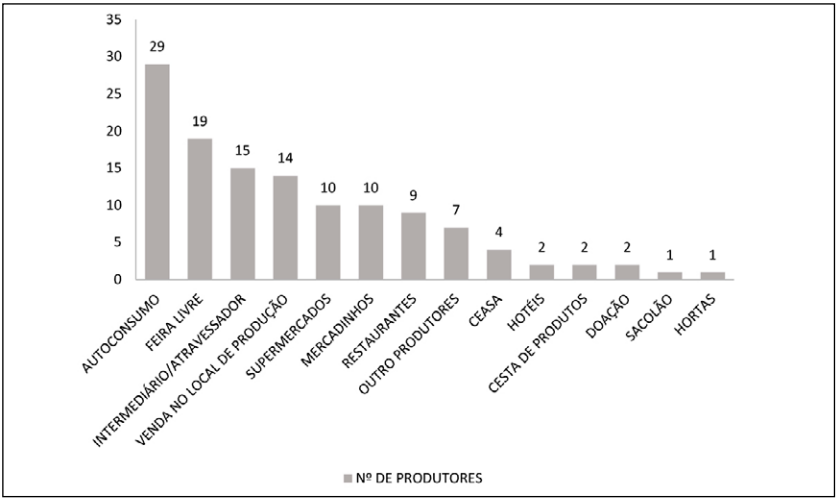
Quadro 1 - Variedade da produção da Agricultura Urbana e Periurbana na cidade de Natal/RN.

GÊNEROS	PRODUTOS
Hortaliças de Folha	Agrião; Alface; Almeirão; Brócolis; Coentro; Couve; Cebolinha; Espinafre; Repolho; Rúcula; Salsinha; Manjericão; Hortelã.
Hortaliças de fruto	Abóbora; Jiló; Pimentão; Berinjela; Vagem; Milho; Milho verde; Maxixe; Quiabo; Tomate; Tomate cereja; Pimenta; Mini pepino.
Hortaliças de raiz e tubérculos	Rabanete; Beterraba; Cenoura; Mandioquinha; Cará; Inhame; Batata doce; Macaxeira/Aipim.
Frutas	Acerola; Banana; Mamão; Umbu cajá; Pitanga; Maracujá; Limão; Melancia; Laranja; Jaca; Manga; Mangaba; Coco; Seriguela; Caju; Carambola.
Animais e derivados	Galinha; Bovino de leite; Caprino; Ovino; Suíno; Equino; Apicultura; Ovos; Leite.

Fonte: Pesquisa de campo. Ano: 2018.

Este modelo de produção apresenta um papel social significativo, pois figura como importante fonte de abastecimento alimentar para populações mais vulneráveis socialmente, bem como para adeptos ao comércio de feiras livres, mercados públicos, entre outras formas de mercado. No caso de Natal aparece uma diversidade de destinos e formas de comercialização da produção excedente (gráfico 1).

Gráfico 1 – Número de produtores e variedade de destinos



Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

Deste modo, a agricultura urbana em Natal se vincula fortemente com as feiras livres como forma de acesso ao mercado, quando o produtor que cultiva no interior ou ao redor do centro urbano destina sua produção, ou parte dela, para as feiras livres próximas à sua horta ou para feiras mais distantes no próprio município ou na região metropolitana. No município de Natal, as hortaliças folhosas e de fruto, raízes e tubérculos e frutas, representam os bens mais vendidos nas feiras livres espalhadas pela cidade (Figura 3). Parcela expressiva desses bens é produzida, na agricultura urbana e periurbana de Natal e entorno, mas é recorrente a presença de produtos oriundos de outras regiões do Estado e do país, a exemplo de uma variedade expressiva de produtos oriundos de Pernambuco e Bahia, especialmente do polo agroindustrial de Petrolina/Juazeiro. No caso das hortaliças folhosas sobressai a produção local incluindo os horticultores urbanos, já em relação a origem das frutas sobressai produção do próprio estado e de outros estados e regiões, inclusive do Sul e Sudeste.

Figura 3 – Diversidade de produtos agrícolas vendidos nas feiras livres.

Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

É importante considerar que dentre os destinos da produção gerada pelos horticultores urbanos do município de Natal, sobressai outros, como: mercadinhos, supermercados, restaurantes e intermediários, porém as feiras livres e atravessadores se destacam como destinos favoritos, com maior representatividade para as feiras.

AS FEIRAS LIVRES COMO ESPAÇO DE MICRO TERRITORIALIDADES

As feiras livres existem há vários séculos, quiçá milênio, fazendo-se presente em várias das sociedades humanas desde a antiguidade, como na Mesopotâmia, Egito Antigo, Grécia e Roma Antigas, inclusive no mundo Oriental, como na China e na Índia. As feiras representavam e representam locais de trocas importantes às populações locais ao possibilitar o acesso a certos itens que não eram produzidos por todos. Com a retomada das rotas comerciais, após o fim das cruzadas no século XII, surgiam feiras no encontro dos caminhos percorridos pelos comerciantes que, através da prática,

ajudaram a dinamizar o comércio e a economia local e regional, no período em que o comércio ainda não era tão dinâmico e fixo (AZEVEDO; QUEIROZ, 2013).

A prática foi levada para o novo mundo através das grandes navegações, e encontrou nas colônias um novo espaço para se desenvolver. No Brasil, a cultura das feiras livres nos moldes que ainda hoje é reproduzida, foi introduzida como importante aspecto cultural vindo de Portugal (LUCENA; GERMANO, 2011, p. 56).

No Nordeste brasileiro as feiras movimentavam as economias das capitanias, permitindo a comercialização e trocas de diversos produtos. Produtos agrícolas e pecuários eram comercializados e suas dinâmicas de produção e distribuição ajudavam a formação socioespacial do território. As estradas percorridas pelos comerciantes de cana de açúcar e algodão mais tarde se tornariam as estradas que ligariam as regiões povoadas. O gado criado no interior servia para abastecer os mercados das cidades litorâneas com carne, leite e derivados, criando, assim, diversas rotas que conectavam os locais de produção as cidades, logo diversos fluxos se configuravam no território brasileiro.

Em Natal, capital do estado do Rio Grande do Norte, cidade que cresceu em ritmo lento em comparação as demais capitais nordestinas, as feiras livres passaram a fazer parte da paisagem citadina em meados do século XIX, suprindo a falta de um comércio expressivo (AZEVEDO; QUEIROZ, 2013). Baseados em Cascudo (1980) os autores assinalam que:

> Em 1870 já existia a primeira feira livre de Natal-RN, a feira do Passo da Pátria, localizada entre a Cidade Alta, a Ribeira, e o estuário Potengi/Jundiaí. A feira era realizada na noite de sábado, e depois das 20 horas o movimento aumentava, quando chegavam os empregados do comércio, os adolescentes fugidos de casa, as criadas, os mendigos, os soldados, os marinheiros, os cantadores de trova. A feira era iluminada

> pelas lamparinas, revestidas de folhas de flandres, que incidiam luzes vermelhas. A feira do Passo da Pátria existiu até 1935, aproximadamente, quando o crescimento da feira do Alecrim (Figura 02) ofuscou-a, levando aquela ao desaparecimento (AZEVEDO e QUEIROZ, 2013 apud CASCUDO, 1980).

Na primeira metade do século XX, o poder público gerou várias modificações na infraestrutura da capital, alterando inclusive a disposição das feiras. Durante a Segunda Guerra Mundial Natal figurou como base de apoio militar, fato que influenciou mudanças importantes na economia, na infraestrutura e na cultura da cidade. Associado a isso, vários fluxos migratórios convergiram em direção a capital, ora associado a crises hídricas, crises econômicas, por exemplo, da cotonicultura, entre outras razões.

Durante boa parte da história do Brasil as feiras livres figuraram como principal forma de abastecimento das populações (vide quadro 2). Apesar da abundância de terras produtivas, no Brasil a produção agrícola em larga escala concentrava-se no modelo de exportação de gêneros agrícolas, como a cana-de-açúcar, café e algodão, voltados para o mercado internacional. Ao pequeno agricultor rural restava o cultivo de alguns produtos e a criação de animais para o consumo próprio, para comercialização ou troca do excedente produzido.

No espaço das feiras livres se davam as trocas e a comercialização de uma diversidade de produtos. Logo, as feiras passaram a representar fator importante na economia nacional, especialmente da classe operária. Em Natal, este fato é comprovado pela forte presença das mesmas que se configuraram no território em todas as zonas da cidade. Inclusive, historicamente nota-se territorialidades das feiras em diversos bairros e ruas centrais, com maior relevância e importância para a população de baixa renda, o que Milton Santos viria a chamar economia dos pobres, embora também frequentada pela classe média da cidade.

Quadro 2 - Evolução histórica das feiras livres em Natal

Feira livre	Ano de Criação	Ano de Extinção
Passo da Pátria	1870	+/- 1935
Alecrim	1920	-
Quintas	1950	
Carrasco		
Rocas		
Cidade da Esperança	1968	
Lagoa Seca		
Igapó	1982	
Mãe Luiza	1983	
Santa Catarina		
Gramoré	1984	
Pirangi		
Pajuçara	1986	
Ponta Negra		entre 2004 e 2006
Panatis	entre 1986 e 2003	
Nova Descoberta		
Vale Dourado		
Santarém		entre 2007 e 2009
Cidade Nova		
Panorama		-
Nova Natal		
Felipe Camarão		
Parque dos Coqueiros		
Nova República		
Aliança (Boa Sorte)	entre 2004 e 2006	
Planalto		
Cidade Praia		
Agroecológica	entre 2007 e 2009	
Jambo		
Km 06		

Fonte: Pacheco, 1986; Oliveira, 2004; Queiroz, 2006; FUNCERN, 2009.

AS FEIRAS LIVRES DE NATAL (RN) NA CONTEMPORANEIDADE

Atualmente as feiras livres ainda possuem muitas de suas características originais, a exemplo da comercialização preponderante de produtos primários, oriundos da agricultura e pecuária, apesar da presença de produtos industrializados e apesar da difusão de meios de comércio moderno como supermercados, hipermercados, *shoppings center*s, etc. Porém, no caso de Natal, as feiras livres geralmente estão afastadas dos equipamentos de comércio e serviços modernos.

Nesse sentido, as feiras livres constituem-se atualmente,

> em um ponto ou nó de encontro de fluxos de pessoas, mercadorias, informações, capitais, com diferentes dimensões socioespaciais, realizadas ao ar livre, em ruas, praças ou terrenos baldios, com produtos expostos em barracas ou no chão, intercaladas geralmente no intervalo de uma semana, ou num interstício menor, que podem ter uma área de influência local ou regional (AZEVEDO; QUEIROZ, 2013).

Em todo o território nacional e em Natal não seria diferente, as feiras livres figuram como importantes formas de abastecimento da população pobre, assim como da classe média baixa. Em Natal, as feiras livres estão territorializadas em todas as Zonas Administrativas da cidade, localizando-se em bairros populosos, que possuem expressiva quantidade de feirantes e barracas (bancas) como representado no quadro 3.

Quadro 3 – Panorama geral das Feiras Livres em Natal

FEIRA	ZONA	BAIRRO	FEIRANTES	BANCAS
Rocas	Leste	Rocas	212	391
Felipe Camarão	Oeste	Felipe Camarão	-	-
Igapó	Norte	Igapó	164	354
Aliança	Norte	N. S. da Apresentação	118	265
Carrasco	Leste	Quintas	365	734
Cidade Praia	Norte	Lagoa Azul	52	101
Panorama	Norte	Potengi	126	286
Planalto	Oeste	Planalto	124	277
Parque dos Coqueiros	Norte	N. S. da Apresentação	189	416
Alecrim	Leste	Alecrim	399	938
Pajuçara	Norte	Pajuçara	19	40
Santa Catarina	Norte	Potengi	244	490
Cidade da Esperança	Oeste	Cidade da Esperança	501	932
Felipe Camarão	Oeste	Felipe Camarão	53	85
Gramoré	Norte	Lagoa Azul	65	96
Lagoa Seca	Sul	Lagoa Nova	122	206
Mãe Luíza	Leste	Mãe Luíza	67	99
Nova Natal	Norte	Lagoa Azul	283	550
Nova República	Norte	Potengi	21	40
Pirangi	Sul	Neópolis	41	86
Quintas	Leste	Quintas	142	269

Fonte: Extraído da SEMSUR, 2018.

Diante do exposto, depreende-se que as feiras livres localizadas nos bairros do Alecrim e Parque dos Coqueiros se destacam dentre as demais devido a expressividade no número de feirantes e bancas, bem como pelo fluxo de pessoas, produtos e serviços que acionam, configurando múltiplas territorialidades. Mas as dezenas de feiras expressam a representatividade desse fenômeno em Natal, corroborando a tese de micro e múltiplas territorialidades associas a estas. Assim, é notória sua importância no processo de abastecimento alimentar e de outras necessidades da população natalense, o que pode ser ampliado para outras escalas, estadual, nacional e mundial.

É perceptível que as feiras livres em Natal movimentam um expressivo volume de mercadorias, bem como acionam elevado

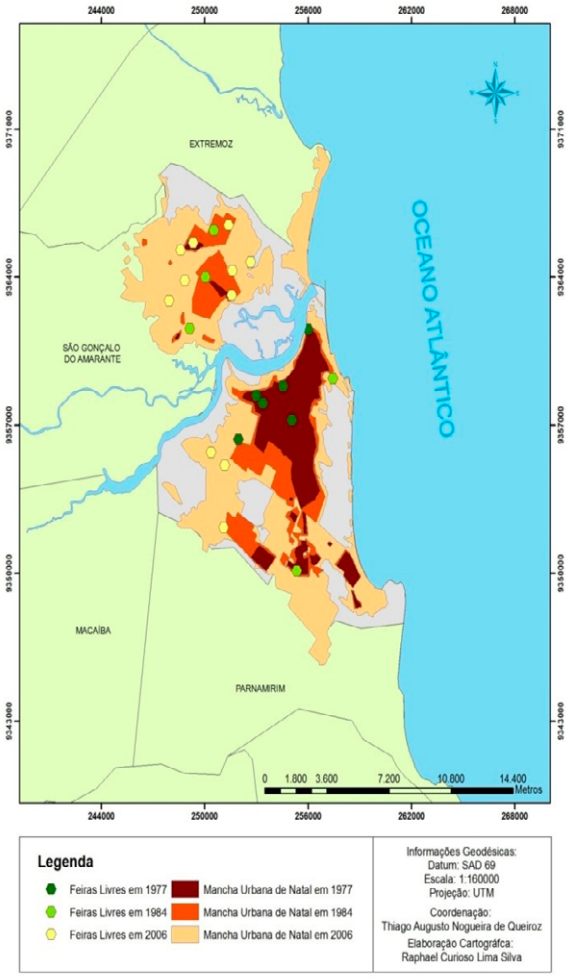
número de comerciantes, compradores, consumidores e um intenso fluxo de dinheiro e informações. Esses atores sociais passam a compor diversos circuitos de trocas de elevada importância no contexto do abastecimento alimentar e de outras necessidades básicas no interior das cidades, principalmente, para as populações mais vulneráveis. Estas passam a compor diversos circuitos que inserem os respectivos atores na economia das cidades, com destaque para horticultores urbanos da cidade do Natal e região metropolitana. Para Azevedo e Queiroz (2013),

> Cinco fatores provocam a persistência e o crescimento do número de feiras livres, mesmo com a expansão do circuito superior no atual período de globalização. O primeiro fator indica a feira livre enquanto elemento do circuito inferior, tendo a capacidade de mobilidade, flexibilidade e adaptação em situações adversas. O segundo fator é a articulação com o circuito superior, pois, algumas firmas do circuito moderno se interessam pela manutenção das feiras, utilizando-se delas para a venda e capilaridade de seus produtos. O terceiro fator é a periodicidade e a distribuição espacial das feiras livres que permitem, ao feirante, ampliar sua área de atuação, deslocando-se para a proximidade da residência do consumidor. O quarto fator refere-se à qualidade dos serviços prestados, com sortimento de produtos frescos, apresentados de forma organizada e criativa, o tratamento cordial e personalizado, pois, o freguês fala diretamente com o comerciante, através da pechincha e da barganha. Por fim, há o fator cultural, no qual a feira é a construção social do momento vivido, onde há interação social, sendo o museu vivo da vida cotidiana, ou seja, uma dimensão espacial do cotidiano, um lugar.

As feiras livres juntamente com o fenômeno da agricultura urbana constituem-se em múltiplas territorialidades na cidade, engendrando territorialidades em seu interior, haja vista os diferentes

sujeitos, movimentos, interesses, fluxos e conteúdos que apresentam. São dezenas de feiras livres dispostas nas diferentes zonas administrativas de Natal e região metropolitana, com destaque para as Zonas Administrativas Norte e Oeste (Mapa 1).

Mapa 1: Localização das feiras livres e mancha urbana de Natal (2013).



Fonte: Pacheco, 1986; Queiroz, 2006; RMNatal, 2011; Azevedo e Queiroz, 2013.

Nas feiras livres de Natal, além dos gêneros alimentícios oriundos da agricultura urbana e periurbana, também se comercializam pequenos animais, carnes de diversas espécies, bovina, suína, caprina, ovina, avícola, pescados e mariscos diversos. Os produtos de origem marinha têm origens diversas, desde a pesca local realizada nas margens do Rio Potengi a pesca de alto mar ou realizada em outras regiões do estado, como o Vale do Açu. Vale lembrar que peixes, mariscos, camarões e caranguejos são bastante apreciados pela população local e pelos turistas. São notórias as territorialidades constituídas pelos sujeitos que comercializam tais gêneros.

A pesca artesanal de caranguejos, por exemplo, mas também de ostras e de outros mariscos, figura como atividades de elevada importância para famílias ribeirinhas e população carente de Natal e entorno. Nesse caso, essas atividades se voltam principalmente para o abastecimento alimentar, mas também para a comercialização no próprio bairro dos pescadores e nas feiras livres (Figura 4).

Figura 4 – Variedade de gêneros da pesca comercializados na feira do Alecrim em Natal

Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

Conforme explicitado, a pesca é de fundamental importância no processo de abastecimento das feiras livres, cujos produtos originam-se em boa medida da piscicultura presente em cidades litorâneas e do interior do estado. A carcinicultura desempenha importante papel nesse contexto, sendo outro vetor expressivo na economia potiguar. De modo geral, os gêneros da pesca local e estadual são comercializados localmente, mas também no mercado nacional e internacional, a exemplo do comércio do atum, cujo estado do Rio Grande do Norte é um dos maiores produtores no país.

Outros gêneros de origem animal são bastante expressivos no sistema de comércio das feiras livres de Natal, destacando produtos da pecuária originada na bovinocultura, suinocultura, avicultura, caprinocultura, avicultura, etc. Aí encontram-se de pequenos a grandes criadores de animais que desenvolvem a pecuária de corte, em alguns casos ocorre a comercialização de animais vivos nos espaços das feiras (Figura 5).

Figura 5 – Gêneros da pecuária e animais comercializados nas feiras livres de Natal

Fonte: Pesquisa de campo, 2018.

Além de gêneros alimentícios também são comercializados produtos e serviços diversos, a exemplo de artesanatos, peças e acessórios para bicicletas, veículos automotores, objetos de uso pessoal, raízes, chás, objetos de utilidade doméstica diversa, comercialização de jogos, comercialização de serviços telefônicos, serviços de relojoeiro e de consertos de joias, consertos de bici-

cletas, motocicletas e automóveis, consertos de eletrodomésticos, venda de consórcios, serviços de transporte, carroceiros, por exemplo, entre outros produtos e serviços que constituem micro territorialidades nas feiras livres de Natal (Figura 6).

Figura 6 – Variedade de objetos e serviços comercializados nas feiras livres de Natal

Fonte: Pesquisa de campo, 2018; Azevedo e Queiroz (2013).

A seguir é possível observar o comércio de outros produtos e serviços diversos, sobressaindo aqueles associados a telefonia móvel, com representação de agentes de várias operadoras telefônicas multinacionais (Figura 7).

Figura 7 – Variedade de serviços e produtos comercializados nas feiras livres de Natal

Fonte: Pesquisa de campo, 2018; Azevedo e Queiroz (2013).

Além dos produtos e serviços diversos oferecidos nas feiras livres de Natal, cujas relações e sujeitos constituem micro e múltiplas territorialidades nesse fenômeno citadino, também aparecem outras formas de representação, a exemplo de manifestações da cultura local e regional, representada na música, na dança, enfim, no meio artístico. Abaixo é possível verificar uma família de artistas, tocando um ritmo musical muito conhecido no Nordeste brasileiro – o forró (Figura 8).

É importante atentar para a presença de crianças lutando pela sobrevivência desde cedo na feira livre, juntamente com o seu genitor. Isso é um fator marcante nessa relação, marcada por um exemplo de micro territorialidade na feira livre natalense e na representatividade que a feira exerce enquanto espaço de sociabilidade e existência.

Figura 8 – Família oferecendo serviço artístico musical em feiras livres de Natal

Fonte: Queiroz (2011).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em Natal, as feiras livres se constituem num elo entre a agricultura urbana e o mercado consumidor. Territorialidades como apropriações imateriais dos territórios se configuram no espaço citadino natalense, de forma bastante expressiva e significativa, haja vista a presença de dezenas de feiras livres em Natal e região metropolitana. No fenômeno da feira livre encontram-se as territorialidades dos pescadores, agricultores, horticultores, artesãos, prestadores de serviços diversos, vendedores e consumidores.

No interior das feiras livres se apresentam diversas territoriliadades (micro e múltiplas) envolvendo circuitos produtivos diversos, bem como os circuitos da economia urbana, tem em vista a diversidade de sujeitos, atores e agentes, produtos e serviços, conteúdos e fluxos que dispõem, mas também a diversidade de formas espaciais, localizações, funções e processo engendrados.

Portanto, a agricultura urbana e as feiras livres constituem em exemplos de múltiplas territorialidades na cidade do Natal e cidades vizinhas, a exemplo de Parnamirim, Macaíba, São Gonçalo do Amarante e Extremoz, com forte representatividade em vários

bairros e zonas, haja vista a quantidade de sujeitos envolvidos e a diversidade de fluxos engendrados.

REFERÊNCIAS

AZEVEDO, Francisco Fransualdo de; QUEIROZ, Thiago Nogueira de. As feiras livres e suas (contra)racionalidades: Periodização e tendências a partir de Natal-RN- Brasil. **Revista Bibliográfica de Geografia y Ciencias Sociales (Biblio 3W)**, v.XVIII, n. 1009, p. 01-21, jan. 2013.

BRASIL, Lorene Kássia Barbosa; LOCATEL, Celso D. Panorama geral da agricultura urbana na cidade de Natal/RN. 2018. **Anais do Third International Conference Agriculture and Food in an Urbanizing Society 2018**.

FAO. **Organización de Las Naciones Unidas Para La Agricultura y La Alimentación**. Cuestiones de la agricultura urbana.1999. Disponível em: <http://www.fao.org/ag/esp/revista/9901sp2.htm>. Acesso em: 20 jul. 2018.

HESPANHOL, Rosangela M. Agricultura urbana em Natal (RN): da produção convencional à orgânica. **Revista Franco-brasileira de geografia**, 2015, n. 24, Jul. de 2015. Disponível em: <https://journals.openedition.org/confins/10309>. Acesso em 26 jul. 2018.

LOCATEL, Celso D.; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de. Gestão do território e a pratica da agricultura urbana na cidade de Natal (RN - Brasil). **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. Barcelona, vol. XIV, n 331, 1 Ago. de 2010. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-331/sn-331-55.htm>. Acesso em 08 set. 2018. [ISSN: 1 138-9788].

GERMANO, José Willington; LUCENA, Thiago Isaias Nóbrega de. **Feiras livres:**: cidades de um só dia, aprendizados para uma vida inteira. Natal: EDUFRN, 2015. 476 p. v. 220.

MOUGEOT, Luc J.a. **Urban Agriculture: Definition, Presence, Potentials and Risks, and Policy Challenges**. Ottawa, Canada: Idrc, 2000. 62 p.

QUEIROZ, Thiago Augusto Nogueira de. **As feiras livres de Natal-RN**: um estudo a partir da teoria dos circuitos da economia urbana. Monografia de graduação (Geografia). Natal: UFRN, 2011.

QUEIROZ, Thiago Augusto Nogueira de; AZEVEDO, Francisco Fransualdo de. Circuitos da economia urbana: arranjos espaciais e dinâmica das feiras livres em Natal-RN. **Sociedade e território**, Natal, v. 24, n. 1, p. 115-133, jan./jun. 2012.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática S.A., 1993. 269 p.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura da. **O Brasil: Território e sociedade no início do século XXI**. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001. 476 p.

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

FEIRAS LIVRES E MERCADO MUNICIPAL DE MONTES CLAROS: PERCEPÇÕES DOS FEIRANTES E IMPLICAÇÕES ORIUNDAS DA PANDEMIA DA COVID-19

AUTORES

ANA IVANIA ALVES FONSECA
anaivania@gmail.com

MARCELA ALVES FONSECA
alvesfonsec@gmail.com

VANESSA FONSECA AYRES
vfayres@gmail.com

EDUARDO CHARLES BARBOSA AYRES
eduardo.ayres@ifnmg.edu.br

INTRODUÇÃO

No Brasil, ao longo da sua história, a agricultura de base familiar tem passado por inúmeras mudanças para a sua manutenção, sejam essas mudanças pelo acesso à terra que é objeto de disputa entre os pequenos agricultores e os grandes fazendeiros, ou, mais recentemente, pelas empresas do agronegócio, notoriamente dificultando a manutenção das pequenas propriedades. Além dessa disputa, o clima é outro fator que interfere cotidianamente no município de estudo, as quais passam cerca de seis a oito meses do ano sobre o rigor das secas. Os agricultores ainda produzem muito a partir do modelo de sequeiros[1], ou seja, se chove tem produção, se não chove perde tudo. Outro fator é falta de políticas públicas adequadas que atendam este setor.

O estudo aqui proposto foi estruturado a partir de uma revisão bibliográfica de artigos, livros e documentos que abordam a agricultura familiar e a problemática que atinge a questões sobre a pandemia da Covid-19 e seus reflexos no cotidiano rural. Posteriormente realizamos pesquisa de campo por meio de uma entrevista semiestruturada, sendo o tipo de pesquisa quanti-qualitativa. Para a realização das entrevistas foram utilizados todos os procedimentos de prevenção da *Corona Virus Disease* (COVID- 19), tais como uso de máscaras, luvas, álcool gel e, principalmente, o distanciamento de três metros de todos entrevistados. O questionário foi aplicado de forma dialógica, buscando envolver as questões no cotidiano dos feirantes. Entrevistas também foram feitas por telefone, esse procedimento foi necessário no período em que as feiras ficaram paralisadas, os sujeitos entrevistados eram feirante que semanalmente vendiam seus produtos advindo das áreas rurais. Fo-

1 Agricultura de sequeiros refere-se à técnica de plantio em regiões com baixa pluviosidade, onde se utiliza o período da chuva para o cultivo.

ram entrevistados cerca de cinco feirantes oriundos de diferentes regiões do município.

Buscando compreender os impactos da pandemia na renda e no cotidiano dos agricultores e agricultoras familiares, foram realizadas cerca de 30 entrevistas, dispondo de questões sobre renda antes e durante o momento de distanciamento, bem como os impactos e anseios. Na intenção de demonstrar tais pontos, foram feitos, também, registros iconográficos.

Posteriormente elaboramos gráfico e mapa para caracterizar a área em estudos e os impactos na produção. Este estudo se encontra em fase inicial de análise, autorizado pelo Conselho de Ética sob o número CAAE:64487917.0.0000.5146.

Evidentemente, nas últimas décadas no panorama global não se percorreu por momentos tão incertos, quanto a escala de impacto provocada pela Covid-19, que afetou de forma generalizada o modo de vida e a produção mundial. Nesse sentido, o objetivo desse trabalho é avaliar as feiras e o mercado e seu impacto na renda dos agricultores familiares no município de Montes Claros MG.

O município de Montes Claros, localizado ao Norte do estado de Minas Gerais, que polariza os demais municípios norte mineiros, é um município com cerca de 410 mil habitantes. A região do Norte de Minas se caracteriza pela sua situação de transição entre o Cerrado e a Caatinga esses dois ecossistemas formam um mosaico da vegetação.

Do ponto de vista regional está localizada no Sudeste brasileiro, mas foi inserida no Polígono da Seca[2] nordestino sendo reconhecida pela legislação como sujeita a períodos críticos de prolongadas estiagens. Em termos da geografia física, o relevo do Norte de Mi-

2 Trata-se de uma divisão regional efetuada em termos político-administrativos, e não corresponde à zona semiárida, pois apresenta diferentes índices de aridez na sua geografia, com paisagem típica de semideserto a áreas com balanço hídrico positivo.

nas é marcado pela presença da Serra do Espinhaço, a qual atravessa toda a região central na direção Norte/Sul; caracteriza-se por topos de serras, chapadas e planícies

A fim de se obter uma disposição sistemática, os gráficos foram produzidos e processados no programa Excel. Por fim, para identificação do município foi utilizado o Arcgis 10.2 (licenciado pelo laboratório de Geoprocessamento da Universidade Estadual de Montes Claros – Unimontes) utilizando a base cartográfica do IBGE gerando o mapa de localização do município de Montes Claros/MG.

A FEIRA E O MERCADO: A SOCIABILIDADE INTERROMPIDA

A Feira e o mercado constituem um local no qual vão sendo escritas várias histórias, tanto do agricultor familiar que os utiliza como lugar de renda, lazer e sociabilidade quanto as que mantêm a população urbana que estabelece também essas relações comerciais, lazer e de sociabilidade na convivência semanal com os feirantes. A feira e o mercado são uma antiga instituição presente, principalmente, nas cidades do interior de Minas Gerais, nas quais se mantêm o seu tradicionalismo; cada feira apresenta-se de forma diferente, de acordo com o local em que esteja estabelecida.

Para Fonseca (2014, p. 97),

> Os espaços das feiras e dos mercados são lugares de identidade e de tradições de determinados grupos sociais; na realidade, misturando-se entre trabalho e entretenimento, mas, sobretudo, como lugares propícios aos encontros e à convivência entre as pessoas que deles participam.

Assim, Barbosa (2002, p. 8) analisa que “neste espaço há, sobretudo, democracia, pois se entrelaçam urbano e rural, onde as pessoas oriundas desses dois universos, de diferentes classes sociais, entrecruzam-se no ambiente da feira e tecem relações de amizade”.

Esses ambientes são o principal local de comercialização dos agricultores e agricultoras familiares. Suas formas de se organizar semanalmente para que seus produtos cheguem de maneira saudável e com qualidade aos seus fregueses requerem uma logística que quase sempre demanda a semana inteira de trabalho no rural. Essa movimentação é que, segundo entrevista, os mantém econômica, física e mentalmente.

Ao retirar o elemento feira da convivência dos agricultores e agricultoras faz com que eles percam não só o financeiro, mas a sua sociabilidade. Assim, temos realizado pesquisa de feira há mais de 20 anos, e esse momento pandêmico é o que mais tem atingido os feirantes agricultores. O homem e a mulher do campo são extremamente sociáveis e amáveis e, mesmo o isolamento que o rural naturalmente os impõe, não diminui essa característica de vivência dos cidadãos rurais.

Esses produtores têm consciência da importância da manutenção desses espaços para a sua existência econômica e social. Servilha (2008, p. 31) reflete "Os mercados e feiras, como espaços livres e públicos, são aqueles, entre outros, onde as dinâmicas sociais e culturais fluem de forma espontânea e intensa, principalmente pelo grande fluxo de pessoas e atividades diárias".

As festas, as feiras, os mercados, as visitas de compadrio e de vizinhos, as folias de Reis, as festas juninas etc, tudo compõe esse mundo rural que é festivo e alegre. A súbita e devastadora pandemia fez com que essas pessoas ficassem reclusas durantes meses.

Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou que:

> (...) o Covid-19, causado pelo novo coronavírus, já é uma pandemia. Segundo a Organização, pandemia é a disseminação mundial de uma nova doença e o termo passa a ser usado quando uma epidemia, surto que afeta uma região, se espalha por diferentes continentes com transmissão sustentada de pessoa para pessoa.

Esse estado pandêmico atingiu a todos, em entrevista, tivemos relatos diversos desde a tristeza de ver o produto perdendo no campo, e relatos de tristeza e depressão por não ter mais a dinâmica dos fazeres cotidiano.

A feira e o mercado, em alguns aspectos são diferentes. Como citado em Fonseca (2014, p. 113) é comum confundir feira e mercado, como se significassem a mesma coisa, mas para o mercado, torna-se necessária uma estrutura, um local certo que possa abrigar os comerciantes que expõem suas mercadorias de forma fixa, de forma que haja produtos à espera de compradores. Já nas feiras, a situação é diferente; não requer um lugar criado somente para essa finalidade, sendo que, em qualquer lugar apropriado, elas podem acontecer: rua, quarteirão, galpão, etc. No Norte de Minas, é comum a feira acontecer nas proximidades dos mercados. Essa diferença fica bem exemplificada na análise de Barbosa (2002, p. 6).

> A diferença entre o mercado e a feira está no tempo que decorre a realização de cada um. O mercado se refere a encontros que se repetem a curtos intervalos, diários, semanais, isto é, fazem parte de curtos ciclos de troca. Quando os períodos são de três, seis ou doze meses, chamamos feiras.

As feiras e os mercados sempre foram uma representatividade da cultura rural, como podemos observar na figura 1, em que o forno de fazer farinha e beiju foi reproduzido de forma a atender esses ambientes. É notório que o material utilizado para a reprodução foi adaptado à cidade; o forno, que antes era feito de adobe e barro, passou a ser feito com uma estrutura de metal, em forma de um carrinho de empurrar, pois quando termina a feira, fica fácil reconduzi-lo para a casa.

Figura 1: Forno de Produção do Beiju.

Fonte: FONSECA A.I.A., 2012.

Esse espaço tornou-se também um lugar de convivência, pois, enquanto espera o produto ficar pronto, os fregueses travam longas conversas (FONSECA, 2014, p. 114). Economicamente, as feiras e os mercados têm dado suporte à manutenção do agricultor nas áreas rurais.

Em análise atual, traçamos um diálogo entre entrevistas feitas antes e pós o período pandêmico. No quadro I é possível identificar relatos de alguns diálogos obtidos em entrevistas nas feiras e mercados da cidade. Em termos de qualidade de vida, foi questionado aos entrevistados acerca dos pontos positivos e negativos da pandemia e seu reflexo na vida rural. Sobre isso, os seguintes apontamentos foram identificados.

Entrevistado	Antes da pandemia	Pós pandemia
Entrevistada I - uma mulher de 56 anos da comunidade Nova Esperança.	A feira sempre foi um lugar de vivência e convivência com as minhas amigas, Na feira a gente troca receitas e faz amizade	Hoje é uma tristeza imensa! Não podemos vender nossas coisinhas e nem encontrar com as amigas e a tristeza é profunda.
Entrevistado 2 – um agricultor de 60 anos, a entrevista foi na casa dele na comunidade de Santa Rita.	Antes eu atendia nas Feiras da Morada do Parque e na do. (...) As feiras sempre é um lugar alegre, que encontro todo mundo. Além de ser um dinheiro certo toda semana.	Para ele a falta da feira financeiramente não o atingiu. Ele conseguiu se organizar com outros agricultores para entregar sua mercadoria na CEANORTE de Montes Claros. Mas, segundo ele, ele a esposa pegaram a Covid 19 e foram momentos muito difíceis "acho que peguei essa porqueira foi no dinheiro".
Entrevistada 3 – mulher de 30 anos da comunidade de Espigão do Meio. Entrevista feita em um momento de retorno da feira no período pandêmico.	A feira sempre foi um lugar feliz. Ela deixou o emprego na cidade há mais ou menos 15 anos e foi morar na área rural onde conseguiu criar sua filha sem precisar estar fora de casa o dia todo. Ela fabrica e comercializa o beiju que é sua principal fonte de renda.	Com a pandemia eu fui obrigada a me reinventar. Passei a entregar no Delivery, mas mesmo assim a renda caiu muito. E já não tem os momentos de conversa na feira.
Entrevistada 4- Mãe e filha de 70 e 35 anos respectivamente. Entrevista feita no mercado central de Montes Claros	Há mais de 40 anos eu trabalho no mercado, desde que ele funcionava lá no centro. Criei os meus filhos todos com dinheiro que retiro daqui. Hoje quem vai tomar conta já é minha filha.	Desde que eu trabalho aqui nunca passei um momento tão difícil como esse. Os fregueses sumiram e o dinheiro também.

Fonte: Acervo Pessoal de Entrevista, 2021. Org.: FONSECA, M.A., 2021

A Feira e o mercado, como são atividades relacionadas à alimentação, e da agricultura de uma maneira geral, são considerados essenciais. Mas, com o seu caráter de se estabelecer em espaços públicos que normalmente aglomera muitas pessoas no município de Montes Claros, as feiras foram proibidas a partir dos decretos municipais. Em contrapartida, o mercado permaneceu funcionando.

Para Claudino (2020, p. 02) "Das certezas de impactos que se têm, sabe-se que os grupos que já apresentavam maior vulnerabilidade socioeconômica sofram as piores consequências, aumentando, inclusive, a miséria e pobreza".

E as populações rurais, de certa forma, se encaixam nesses grupos, pois elas não têm uma reserva em dinheiro e os seus produtos são altamente perecíveis, pois se plantam e não vendem, os produtos pedem no campo. Um casal de entrevistados da comunidade do Planalto Rural relatou que "é uma pena ver as coisas perdendo no campo".

Com relação à venda direta nas feiras e no mercado, mesmo nos momentos em que foram permitidos o retorno, os feirantes reclamam da pouca procura por parte dos fregueses, pois o medo do contágio espreita a todos. Nas figuras 2 e 3, observou-se o esvaziamento desses locais.

Figura 2 e 3: Mercado Municipal de Montes Claros.

Fontes: FONSECA A.I.A., 2020

No mercado, que normalmente aos sábados pela manhã, tinha um fluxo intenso de pessoas, mesmo com o retorno dos feirantes e a diversidade de produtos oferecidos, os fregueses não voltaram com a mesma frequência. Desde o início de 2020 até o momento atual em 2021, as feiras têm oscilado no seu funcionamento, dependendo dos decretos municipais e estaduais. Até o momento o não funcionamento das feiras teve dois momentos de fechamento. O primeiro decreto nº. 4002, 16 de março de 2020, estabeleceu que "Art. 6º – Ficam suspensas, no Município de Montes Claros,

a partir do dia 21 de março corrente, a realização de todas as atividades e eventos com aglomeração de mais de 20 (vinte) pessoas por vez (...)"

Nesse período, as feiras de bairros ficaram proibidas de funcionar. Já no decreto nº. 4046, de 20 de maio de 2020 ocorreu a flexibilização, mas com número mínimo de bancas e distanciamento social. Porém, com o avanço da pandemia em todo o país, Montes Claros também teve novamente que se reorganizar, e o fechamento das feiras foi novamente previsto no decreto nº 4176, de 23 de fevereiro de 2021.

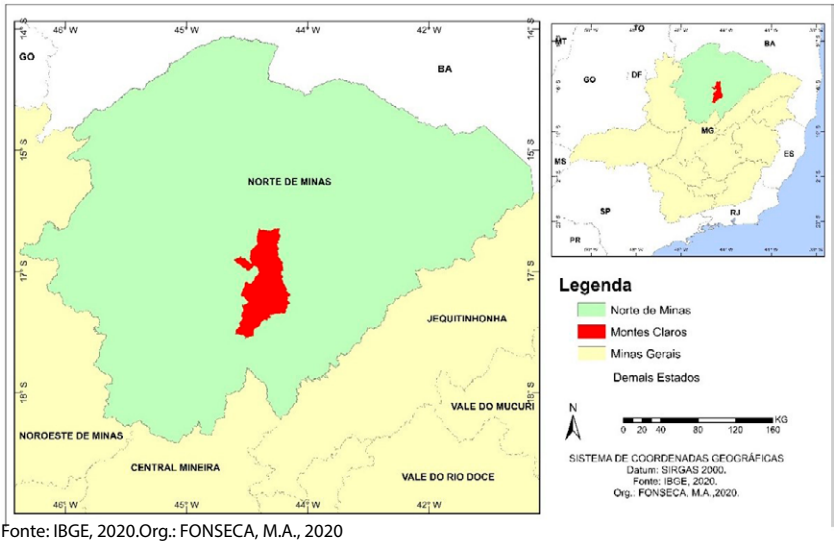
LOCALIZAÇÃO DA ÁREA E SEUS DILEMAS PANDÊMICOS

A cidade de Montes Claros está situada na bacia do Rio São Francisco e na sub bacia hidrográfica do rio Verde Grande, numa altitude aproximada de 650 m, e é um centro polarizador no qual a agricultura se encontra bem delineada; os agricultores se organizam por todo o município, tornando esse importante setor para a manutenção da renda rural.

O município de Montes Claros está localizado na mesorregião norte de Minas Gerais, e possui uma extensão territorial de 3.568 km^2, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE (2017), figura 04.

A cidade de Montes Claros polariza os demais municípios norte mineiros. Constitui um centro dispersor de diversos produtos (OLIVEIRA e RODRIGUES, 2000) cuja concentração se deve a uma maior capacidade de suporte do seu núcleo urbano.

Figura 04: Mapa de localização do município de Montes Claros



Fonte: IBGE, 2020.Org.: FONSECA, M.A., 2020

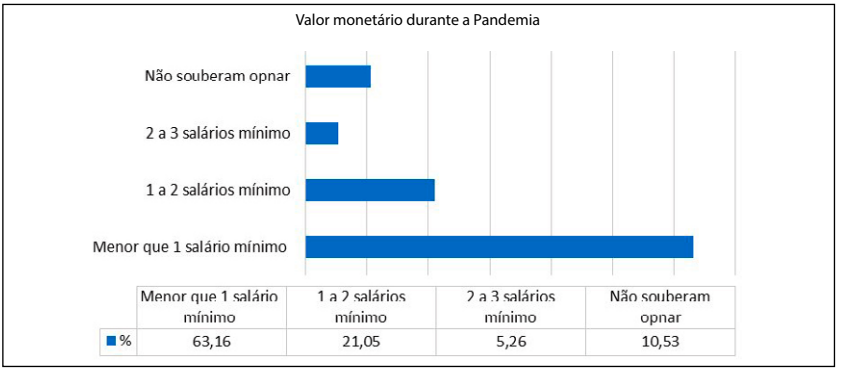
A **área** total do município é de 3 568,941 km², sendo que 38,7 km² estão em perímetro urbano e os 3 543,334 km² restantes constituem a **área rural**. Essa área rural e composta de uma gama de pequenos agricultores familiares. A pesquisa demonstrou que, no início da pandemia e com a suspensão das feiras, a agricultura familiar foi uns dos primeiros setores a ser impactado. Como podemos observar no gráfico 01, os valores que aparecem antes da pandemia entre os entrevistados são: 21,05% menor que um salário mínimo, 73,68% variavam entre um e dois salários mínimos mês e 5,26% de dois a três salários mínimos. Isso permite observar que entre um e dois salários mínimos apresentavam uma porcentagem expressiva entre os agricultores.

Figura 5. Grafico de relação da renda do agricultor antes da Pandemia

Fonte: Entrevista Semiestruturada Acervo Pessoal, 2021. Org.: FONSECA, M.A., 2021

Ao avaliarmos o gráfico na figura 5, podemos verificar a discrepância desses valores já que vieram a apresentar 63,16% que estão recebendo menos de um salário mínimo, 21,05% de 1 a 2 salários mínimos, entre dois e três salários mínimo a porcentagem permaneceu de 5,26% entre os entrevistados e 10,53% não souberam opinar sobre a renda durante a pandemia. Entre as dificuldades relatadas houve uma diversidade de respostas: a perda dos produtos no campo, a dificuldade de comercialização em pontos fixos, os clientes que mudaram seus hábitos com medo do vírus e preferiram comprar em supermercados onde há práticas de higiene ditas como mais adequadas (Vide figura 6).

Figura 6. Grafico da Relação da renda do agricultor durante a pandemia

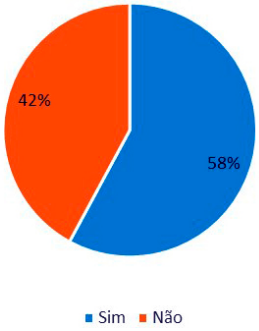


Fonte: Entrevista Semiestruturada Acervo Pessoal, 2021. Org.: FONSECA, M.A., 2021

Durante a pesquisa tivemos relatos de depressão entres os agricultores e agricultoras, possivelmente motivada por esse período. A preocupação com o pagamento das contas e a viabilidade de continuar produzindo são apresentados como principais pontos de partida, sendo demonstrada baixas perspectivas para o retorno efetivo das suas atividades comerciais e agrícolas.

Através das dificuldades sentidas, os agricultores e agricultoras tiveram que se reinventar, buscando alternativas e estratégias. Dentre as estratégias pensadas por eles, a mais presente é a venda via *delivery* feito principalmente através das ferramentas das redes sociais, o que proporcionou a manutenção da renda em cerca de 40% dos entrevistados. No entanto, no que se refere ao ritmo de produção, cerca de 58% relataram que diminuíram o ritmo e isso vai refletir na retomada das vendas. (Vide figura 7).

Figura 7. Gráfico de ritmo de produção durante a pandemia



Fonte: Entrevista Semiestruturada Acervo Pessoal, 2021. Org.: FONSECA, M.A., 2021

Os agricultores e agricultoras familiares viram sua renda, que basicamente é oriunda da comercialização nas feiras e nos mercados, diminuir durante o ano de 2020, e com a chegada de uma segunda onda mais forte da Covid 19 no início do ano de 2021, cair ainda mais. Segundo uma entrevistada da comunidade Pradinho, "o ano foi muito bom de chuva, tudo que plantou deu, mas perdeu

grande parte sem poder vender". Durante a pesquisa foi possível perceber ainda o otimismo próprio dos agricultores que não se deixam abater facilmente. Para essa população que já vem enfrentando grandes dificuldades como anos de secas consecutivos, o período pandêmico foi compensado por um ano bom de chuva.

OS NOVOS ELEMENTOS QUE COMPÕEM O ESPAÇO DA FEIRA E DO MERCADO.

As feiras e os mercados, culturalmente, sempre foram cheios de simbologia e elementos comuns desses lugares. Mas, na atualidade, novos elementos estão compondo o cotidiano dessas pessoas, com as novas exigências impostas pelo atual momento vivido, pois os feirantes se viram obrigados a adotarem novos hábitos. Segundo eles, difíceis no início, mas, como tudo na vida, temos que aprender a conviver. Para a maioria, a máscara foi o que mais gerou dificuldade para adotar. Para um dos entrevistados, "ela atrapalha respirar" para outro, "no início eu nem lembrava dela, mas a pandemia começou a apertar, tivemos que adaptar". Hoje no mercado dificilmente vemos alguém sem usar a máscara corretamente, como podemos observar na figura 8 e na figura 9.

Figuras 08 e 09: Mercado Municipal de Montes Claros

Fontes: FONSECA A.I.A., 2021

Outro elemento comum, hoje, nas feiras e mercados é o álcool em gel (vide figura 10), que se tornou um elemento essencial, seja nas bancas ou na entrada do mercado. Para os feirantes, o álcool não foi tão difícil com o qual se acostumar. Em cada banca, atualmente tem o seu recipiente de esterilização, e é comum ver os funcionários da Secretaria Municipal de Saúde com os recipientes, oferecendo a todos que frequentam as feiras.

Figura 10: Mercado Municipal de Montes Claros.

Fontes: FONSECA A.I.A., 2021

Ao longo da história da humanidade, o homem sempre se estabeleceu como ser social, para o qual aperto de mão não é somente uma forma de cumprimento, mas uma forma de se aproximar das pessoas, assim como o abraço fraterno, o beijo no rosto e a aproximação como forma de carinho e atenção. Nesse período pandêmico, essas expressões de amabilidade foram sendo substituídas pelo chamado distanciamento social. Para alguns agricultores, eles

chamaram de o “mal necessário”. Observa-se na figura 11 que com relação às bancas, além de uma quantidade reduzida, foi necessário o distanciamento entre elas.

Figura 11: Mercado Municipal de Montes Claros.

Fontes: FONSECA A.I.A., 2021

Em todas as entrevistas aplicadas, foi possível perceber a profunda tristeza que esse periodo pandemico causou nos feirantes, seja de cunho economico, mas principalmente no que toca a questão sentimental. A não convivencia com o outro e o distanciamento social têm sido elementos essenciais para a manutenção da vida, conforme entendido por eles. Porém são tempos difíceis de enfrentar e o que é cultural da feira tem ficado em desalinho.

CONCLUSÃO

A agricultura familiar, sem dúvida, está sofrendo com esse período crítico da humanidade, tendo que enfrentar não só as dificuldades da vida no campo, lutando com seu modo de vida, saberes

e afazeres para uma produção que não é apenas de auto-sustento, mas é a base da renda que mantém inúmeras famílias no rural. Isso diz respeito a esse novo cenário que trouxe nuances nunca antes sentidas no campo e que intensifica dificuldades já presentes. Os agricultores e agricultoras familiares viram sua renda, que é basicamente oriunda da comercialização nas feiras e nos mercados, diminuir durante o ano de 2020 e com a chegada de uma segunda onda mais forte da Covid-19, no início de ano de 2021, cair ainda mais.

No município de Montes Claros, as feiras e o mercado representam uma diversidade de possibilidades para esses agricultores; os produtos que, para eles, têm um significado não só de alimento e de trabalho vinculado à terra e à família, ganha, nesses espaços, reconhecimento; e isto os leva a permanecerem na atividade mesmo que as dificuldades sejam inúmeras. Por fim, vimos que os agricultores e agricultoras estão sendo extremamente impactados.

Agradecimentos

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq – e à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG, pela concessão de bolsa de Iniciação Científica vinculada a projeto de pesquisa fomentado por esta instituição. Ao Núcleo de Estudo e Pesquisa em Geografia Rural – NEPGeR – e aos seus membros que participaram direta ou indiretamente desta pesquisa, bem como a coordenadora.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, C. C. **A feira, a cidade e o turismo:** Conceito, definições e relações com o lazer e a cultura em Montes Claros/MG. 2002. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, 2002.

BRASIL. **Lei nº 9.690, de 15 de julho de 1998**. Regulamenta A Lei Nº 9.690, De 15 De Julho De 1998, Que Autoriza a Inclusão de Municípios

na Área de Atuação da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste - Sudene. Disponível em https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/d2885.htm. Acesso em outubro de 2020.

CLAUDINO, L. S. D. **Impactos da pandemia de Covid-19 para a agricultura familiar paraense e a Agroecologia como um caminho para a superação** Disponível em < https://acoescovid19.unifesspa.edu.br/images/Agricultura_Familiar_e_Covid_Painel_-_tempos_de_crise_2_-_20_07.pdf > Acessado em 14 de Março 2020.

FONSECA, A. I. A.; COSTA, S. G.; VIEIRA, G. D. R. A. L.; GALDINO, S. M. G. Feiras e Mercados Municipais em Bocaiúva (MG) e Montes Claros (MG): O Empoderamento das Mulheres Agricultoras. **Revista do Departamento de Geografia,** v. *33*, 2017, p. 97-105.

IBGE - **DIVISÃO do Brasil em mesorregiões e microrregiões geográficas**. Rio de Janeiro: IBGE, 1990. v. 1. Título da capa: Divisão regional do Brasil em mesorregiões e microrregiões geográficas. Disponívelem:<https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv2269_1.pdf>. Acessado em: 14 de ago. 2020.

OLIVEIRA, M. F. M.; RODRIGUES, L. (Org.). **Formação econômica e social do Norte de Minas**. Montes Claros: UNIMONTES, 2000.

SEVILLA GUZMÁN, E. Origem, evolução e perspectivas do desenvolvimento sustentável. In: ALMEIDA, J.; NAVARRO, Z. (Org.). **Reconstruindo a agricultura:** idéias e ideais na perspectiva do desenvolvimento rural sustentável**.** Porto Alegre: UFRGS, 1997, p. 19-32.

TEIXEIRA, L.R.; FONSECA, A. I. A.; VIEIRA, K. L.; FONSECA, V. Agricultores familiares no município de Bocaiúva–MG e suas relações com a feira e o mercado como alternativa de renda e espaço de vivência. **Revista Cerrados**, v. 6, n. 1, 2008, p. 111-128.

TEIXEIRA, M. N. O sertão semiárido. Uma relação de sociedade e natureza numa dinâmica de organização social do espaço, Revista Sociedade e Estado **Sociedade e Estado**, v. 31, n. 3, 2016, p. 769-797.

PARTE 02

FEIRAS: O ENCONTRO DOS AGRICULTORES FAMILIARES CAMPONESES COM OS CONSUMIDORES

CONSTRUÇÃO DE IDENTIDADE, CAPACITAÇÃO MÚTUA E NEGOCIAÇÃO POLÍTICA EM UMA FEIRA DE AGRICULTORES/AS: O CASO DA FEIRA ECOLÓGICA DO MENINO DEUS EM PORTO ALEGRE/RS[1]

AUTORAS

MARIA VASILE
m.vasile@fsw.leidenuniv.nl

FABIANA THOMÉ DA CRUZ
fabianathome@ufg.br

1 Uma versão preliminar deste texto foi publicado originalmente em inglês na Revista REDES (Revista do Desenvolvimento Regional), da UNISC, no volume 24, número 1, de janeiro/abril de 2019. DOI: http://dx.doi.org/10.17058/redes.v24i1.13043.

INTRODUÇÃO: CHEGANDO À FEIRA

Para chegar à feira Feira Ecológica do Menino Deus, em Porto Alegre, você precisa caminhar pelo pátio da Secretaria da Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul. Você deixa o barulho da Avenida Getúlio Vargas e, à medida que você se dirige para a parte coberta, feita em estrutura de madeira, os sons da feira tornam-se predominantes. Você pode ouvir as pessoas conversando, inclusive, muitas vezes, suas risadas, às vezes, alguma música, e você tem a sensação de que está entrando em um lugar calmo e acolhedor. Catorze bancas de agricultores/as familiares cobertas com frutas e verduras, produtos processados – como geleias e sucos –, e comida pronta para o consumo, tanto de agricultores/as quanto de consumidores/as, dispostas em bancas organizadas em cada um dos lados da estrutura de madeira sob a qual a feira é organizada. Com alguma frequência, a feira também recebe convidados, entre os quais delegações de agricultores/as nacionais e estrangeiros, universidades, estudantes e professores, equipes de TVs locais e estrangeiras e, ainda, artesãos locais, artistas de rua, cozinheiros e revendedores de produtos orgânicos. Passeando pelas bancas, você pode ver os/as agricultores/as interagindo entre si e com os/as consumidores/as, arrumando seus produtos nas bancas, passando adiante seu chimarrão, e brincando com crianças. Além de perceber que as bancas são coloridas e a atmosfera é amigável, você percebe que a feira é palco de algo muito maior do que a simples comercialização de alimentos.

Essa feira, chamada *Feira da Cultura Ecológica do Menino Deus* ou, como é conhecida, Feira do Menino Deus, é a segunda mais antiga feira de produtores/as agroecológicos[2] de Porto Alegre, no

2 Definimos o termo agroecológico segundo a terminologia dos/as agricultores/as feirantes entrevistados para esta pesquisa. Estes definem agroecologia como uma

Rio Grande do Sul. Ela teve início em 1993 como parte de um movimento mais abrangente de consumidores/as urbanos/as que reivindicavam alimentos mais saudáveis e sustentáveis (LEMOS, 2017, p. 13). A partir desse movimento, orientado por princípios de cooperativismo e autogestão, foram criadas a cooperativa Coolmeia e a Feira de Agricultores Ecológicos (FAE), reconhecida como a primeira feira de rua produtores/as orgânicos no Brasil, visando ao desenvolvimento da produção orgânica baseado no diálogo com agricultores/as locais (ibidem, 2017). Na época da pesquisa de campo, em 2016, Porto Alegre contava com 44 feiras oficiais de produtos agroecológicos que, com distintos tamanhos e estruturas, estavam situadas em diferentes bairros e eram realizadas em dias distintos da semana (PPA, n.d.). O município de Porto Alegre está envolvido na regulação e fiscalização dessas feiras e, nesse sentido, estabelece critérios que as guiam, o que inclui valorização da qualidade dos produtos locais, acesso ao mercado por agricultores/as familiares que produzem em pequena escala e promoção da solidariedade e respeito ao meio ambiente (PORTO ALEGRE, Resolução 03/2012).

De modo similar a outros contextos e países, as feiras de produtores agroecológicos no Brasil representam lugares onde a troca

ciência que valoriza o conhecimento popular e, de modo crítico, promovem novos meios de desenvolvimento. Em geral, o termo "orgânico" não é empregado em relação a feiras, mas sim em relação aos produtos. Para complementar essas distinções empíricas, é importante apresentar algumas das abordagens teóricas usadas para estudar esses conceitos. De acordo com Abreu *et al*. (2012), as agriculturas orgânica e agroecológica são partes de paradigmas distintos. Enquanto a base da agricultura orgânica é a ciência do solo, o princípio-chave da agroecologia é a ecologia, acompanhada de suas dimensões social e política. Às vezes, a agricultura orgânica é referida como mais limitada porque representa a substituição de insumos, e não propriamente um movimento mais abrangente (perspectiva na qual a agricultura orgânica é, em alguma medida, relacionada ao agronegócio) ao passo que a agroecologia está mais próxima à agricultura familiar, campesinato, movimentos sociais, e políticas públicas. Além dessas distinções, os mesmos autores enfatizam que é importante não polarizar o debate entre esses dois conceitos porque ambos podem contribuir para o desenvolvimento social, ambiental e econômico.

econômica se combina com a ação social e ambiental. Como componentes do complexo sistema agroalimentar do Brasil, essas feiras frequentemente representam a materialidade resultante da luta por reconhecimento de agricultores/as familiares que produzem em pequena escala (CARMO, 2008). Nesse sentido, são exemplos o arroz orgânico produzido no Assentamento de Reforma Agrária Filhos de Sepé, localizado no município de Viamão, os legumes e verduras certificados de forma participativa produzidos na Associação dos/as Produtores/as da Rede Agroecológica Metropolitana, e as geleias e sucos de frutas da Associação dos Agricultores Ecologistas de Ipê e Antônio Prado (AECIA), cooperativa que reúne produtores/as agroecológicos da Serra Gaúcha, no interior do estado.

O desenvolvimento da produção agroecológica e das feiras de agricultores/as nessa região precisa ser contextualizada dentro do panorama agroalimentar geral, que ainda apresenta desafios aos agricultores/as que vivem à margem do sistema convencional – apesar de todos os avanços históricos que resultaram nas reconhecidas e políticas brasileiras voltadas à Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) e movimentos de base em apoio a agricultores/as familiares que produzem em pequena escala (BRUNO, 2016). Embora discutir as limitações econômicas e geográficas, bem como aquelas relacionadas a políticas, enfrentadas por essa categoria ultrapasse o escopo deste artigo, é importante lembrar que o Brasil continua a apresentar grandes iniquidades e conflitos em torno de questões da propriedade da terra e controle dos recursos naturais (OXFAM, 2016; PENNA & ROSA, 2015). Soma-se a esse desafio também o fato de que a contribuição e a capacidade de produção de produtores de pequena escala ainda é sistematicamente posta em dúvida (MOREIRA, 2000, p. 48).

Para muitos, portanto, chegar à Feira do Menino Deus é muito mais do que passear pelo pátio da Secretaria de Agricultura do Estado do Rio Grande do Sul. Esse espaço, mais do que uma feira, é o cenário de um cruzamento, atualização e expansão de histó-

rias de resistência de agricultores/as que produzem em pequena escala. Histórias de luta por terra, por preços mais justos para seus produtos, por melhores condições de vida e educação no meio rural, e por autonomia e produção diversificada fazem desse espaço uma arena política, cultural e social muito particular, na qual as representações dominantes de produção, consumo, conhecimento e governança são contestadas na *práxis*. Embora reconheçamos que feiras de agricultores/as podem simultaneamente incluir traços neoliberais e projetos radicais (GUTHMAN, 2008; LESLIE, 2017), neste artigo propomos explorar as narrativas contra-hegemônicas e formas de conhecimento cultivadas na feira. Para tanto, analisamos as atividades da feira levando em consideração o contexto social em que estão inseridas, relacionando-as a questões de identidades, habilidades, e negociação coletiva.

Esta abordagem, de caráter etnográfico, tem como objetivo contribuir para os debates sobre ética e política no que se refere à comida produzida localmente (HINRICHS, 2003; PRATT, 2007; TREGEAR, 2011) por meio da investigação de interações presentes na feira de agricultores/as a partir de uma perspectiva de prática e de teorias de conhecimento prático (INGOLD, 1993; WENGER, 1998; GRASSENI, 2009). Nesse sentido, abordamos a feira como uma "comunidade de prática"[3], onde visões, narrativas e modos de conhecimento particulares são cultivados em relação à comida local, segurança alimentar e justiça social. Essa perspectiva nos ajuda a desvelar o modo como a feira se constitui, por um lado, como um lugar para ação social e política coletiva e, por outro – conforme é analisado mais especificamente neste artigo –, como os processos de construção de

3 Comunidades de prática podem ser definidas como "grupos de pessoas que compartilham uma preocupação ou paixão por algo que elas fazem e aprendem como fazê-lo de modo melhor à medida que eles interagem" (WENGER, 2011, p. 1, tradução nossa).

identidade, capacitação mútua[4] e negociação política são praticados. O conteúdo apresentado neste artigo baseia-se preponderantemente na observação participante (e em conversas com produtores/as e consumidores/as) na Feira do Menino Deus: seis entrevistas em profundidade foram realizadas junto a produtores e ao seu coordenador, bem como a funcionários dos serviços de extensão da Secretaria Municipal para Produção, Indústria e Comércio (SMIC) de Porto Alegre que têm trabalhado com produtores/as que integram a feira. A pesquisa de campo foi realizada entre os meses de março e junho de 2016. Durante esse período, a primeira autora visitou e trabalhou como voluntária regularmente na feira, bem como visitou as propriedades de alguns produtores. A análise conta também com a experiência da segunda autora, que visita a feira frequentemente e orientou a condução de uma pesquisa de graduação relacionada ao consumo de alimentos na feira em questão[5]. O artigo enfatiza particularmente as perspectivas dos/as agricultores/as, recorte que se deve principalmente em decorrência dos objetivos desta pesquisa e do interesse de pesquisa das autoras em investigar as práticas e experiências de agricultores/as que integram a Feira do Menino Deus.

4 No original, em língua inglesa, baseado na literatura antropológica sobre aprendizagem e habilidade, como proposta por autores como Grasseni (2009) and Palsson (1994), o termo empregado foi "mutual enskilment". De acordo com a tradutora, "Houve bastante dificuldade para traduzir a palavra 'enskilment'. Trata-se de um substantivo derivado da palavra 'skill', que pode significar 'habilidade, destreza, perícia'. 'Mutual enskilment', portanto, seria o processo por meio do qual pessoas contribuem reciprocamente para o desenvolvimento de determinadas habilidades. Contudo, não há na língua portuguesa – pelo menos não nos ocorre no português brasileiro – um termo preciso para isso. 'Habilitação' tem uma conotação muito cristalizada de 'amparo legal', 'documento'. Já o termo 'qualificação' está muito atrelado ao contexto de educação formal – cursos, oficinas, congressos – ou à expertise conquistada por meio do exercício de uma atividade. Por fim, restou-nos 'capacitação', que, embora muito vinculada à ideia de 'treinamento', ou seja, de empreendimento sistematizado de esforços no sentido de desenvolver habilidades específicas para o exercício de determinada atividade, foi a que nos pareceu mais adequada."

5 Trata-se da do trabalho de conclusão de curso de Lilian da Silva Lemos, intitulado Consumidores de Produtos Orgânicos/Ecológicos da Feira de Agricultores do Menino Deus em Porto Alegre/RS, defendido em 2017 no curso de Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

NÓS SOMOS A FEIRA: A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE NO ESPAÇO DA FEIRA

Nesta seção, exploramos o modo como a feira facilita o cultivo, a (trans)formação e a comunicação das identidades dos/as agricultores/as, evidenciando a importância da materialidade – nesse caso, o alimento – em tais processos. Tal perspectiva se alinha às contribuições de Wenger (1998), que argumenta que há uma forte ligação entre o desenvolvimento de práticas, a formação de uma comunidade e a negociação de identidades. Para ele, identidade pode de fato ser explorada como uma experiência negociada: "Definimos quem somos por meio dos modos como nos experienciamos pela participação, bem como pelas maneiras com que nos reificamos" (WENGER, 1998, p. 149, tradução nossa).

Considerando essa abordagem, no que se refere à Feira do Menino Deus, cabe considerar que as relações entre os/as produtores/as que trabalham ali são, em geral, duradouras e mais do que apenas relações de trabalho, conforme explicado pelo coordenador da feira: "A maior parte dessas famílias agricultoras tem estado aqui desde os primeiros anos da feira, algumas delas inclusive construíram essa estrutura". Ele próprio participa da feira desde seu início: ele conhece esses/as agricultores/as há 30 anos, desde o tempo em que a maioria deles eram acampados, à espera de ser assentados. "Quando digo que nos conhecemos, quero dizer que nos encontramos permanentemente, nós convivemos. É mais do que simplesmente uma relação de trabalho. Vi seus filhos crescerem, e alguns deles agora estão se formando na faculdade!". Ele também explicou que esses agricultores foram unidos pela escolha de sair do que ele chama de "pequeno cárcere", numa referência ao sistema em que produziam e vendiam seus produtos com pouca ou nenhuma autonomia, como acontecia antes de fazerem a transição para o modo de produção local agroecológica. Para muitos/as deles/as, essa transição deu-se como uma longa jornada: para a

agricultora R., isso significou abandonar o interior e a produção de grãos, formar uma associação de trabalhadores rurais, ocupar a Fazenda Annoni[6], aprender a produzir verduras, legumes e hortaliças, e converter o modo de trabalho para a produção agroecológica.

Conversando com os/as agricultores/as na feira, foi possível perceber que, embora sejam relativamente diferentes entre si, as histórias de vida de cada um têm traços em comum, o que fica evidenciado por certa unidade entre os discursos e pelas referências aos mesmos meios simbólicos. Isso ficou particularmente aparente no caso dos/as agricultores/as do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e outros movimentos de trabalhadores nessa mesma condição, para os quais pertencer ao movimento representava um traço predominante da sua identidade. Ser parte do movimento significava compartilhar a experiência da ocupação da terra e as lutas a ela relacionadas, bem como a educação política. O compromisso geral dos movimentos sociais rurais com formação contínua, suas escolas e sua vida associativa desempenhava um papel-chave nessa perspectiva: fomentar a coesão entre os/as agricultores/as, a liderança feminina e o avanço da agroecologia, bem como ampliar os objetivos do movimento, apenas para citar alguns exemplos[7]. Na feira, isso foi traduzido para práticas organizacionais específicas, discursos contra-hegemônicos, bem como para o uso de linguagem e símbolos específicos. No que se refere a narrativa, os/as agricultores/as do MST participantes da feira parti-

6 Em 1985, a ocupação da Fazenda Annoni (uma propriedade de 9 mil hectares sem nenhuma produção localizada no município de Pontão, Rio Grande do Sul), primeira ocupação de terra organizada por famílias Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST), envolveu cerca de 7 mil trabalhadores rurais (Moraes, 1987). Em 1993, a area foi alocada para reforma agrária, o que fortaleceu o MST e a difusão nacional de suas práticas – o que pode ser resumido em seu lema "ocupar, resistir e produzir" (CANOFRE & LOPES, 2015).

7 Leituras sobre educação, agroecologia e discursos contra-hegemônicos dentro do MST incluem as etnografias de Turniawan (2015), Tarlau (2015) and Aguillar & Cabreira (2016).

lhavam um discurso semelhante sobre a importância das mulheres na agricultura e na sociedade, o papel da agroecologia para o meio ambiente e o bem-estar das pessoas, e a ação destrutiva do agronegócio. Neste contexto, feiras de agricultores/as desempenham um papel central para a manutenção da resistência de produtores/as em pequena escala: elas constituem uma oportunidade para a venda direta e, desse modo, para a viabilidade econômica das propriedades rurais, para a distribuição de produtos orgânicos de melhor qualidade e para o aumento da atratividade e valorização da agricultura. No que tange à sua organização, esses/as agricultores/as imprimiram à feira a sua tradição da discussão coletiva regular. Isso pode ser exemplificado pelo fato de que, a cada dia de feira, foi possível observar que os/as agricultores/as tinham o costume de se reunir para discutir em conjunto as muitas questões pertinentes à agenda da feira. Diferentemente do "pequeno cárcere", onde os intermediários tomavam as principais decisões, nesse cenário os/as produtores/as tinham criado um espaço para falar e decidir por si mesmos. Certa vez, durante a pesquisa de campo, depois de apresentar relatório sobre as principais discussões que os produtores haviam tido, um deles concluiu: "Quando discutimos, temos novas ideias, e isso é importante porque os novos projetos devem vir dos próprios produtores. Tem de ser uma ideia dos produtores, uma ideia do povo".

Porém, diferentemente dos integrantes do MST, nem todos/as os/as produtores/as da feira pertenciam a um movimento social, e alguns, em verdade, vieram de contextos bem diferentes. Este é o caso do agricultor que viajava desde Antônio Prado, município situado no interior do estado, para vender os produtos da sua cooperativa na feira. Ele fez a transição para a agroecologia e começou a vender na feira de agricultores/as em 1990, "depois de anos trabalhando com 'venenos'" (termo usado por muitos para descrever agroquímicos). Esse agricultor é membro da AECIA, uma das

primeiras cooperativas no Brasil, criada com o apoio do Centro Ecológico, uma organização local que, entre outros aspectos, presta serviços de extensão rural e que, atualmente, é composta por 22 famílias. Ele explicou: "Nós começamos a discutir os problemas referentes ao uso de químicos [...]. O Centro Ecológico nos ajudou a entender as razões por trás da revolução verde: entendemos que ela foi orientada pela necessidade de vender químicos em vez de ajudar os/as agricultores/as". Assim como no caso dos/as agricultores/as do MST, empreendimentos coletivos que visam a transformar a situação de opressão a qual estavam submetidos representavam o ponto central da jornada dos membros da AECIA. Esses/as agricultores/as também compartilhavam necessidades análogas e enfrentavam desafios comuns, tais como encontrar uma maneira de vender seus produtos orgânicos e lidar com a insuficiente mão de obra no campo.

Algumas dessas visões comuns concretizam-se na feira quando se observa o modo como os/as agricultores/as se vestem (por exemplo, vestindo camisetas e bonés do MST) ou decoram suas bancas com folhetos das cooperativas e associações de agricultores/as de que fazem parte. De modo semelhante, seus produtos e o modo como eles são processados e/ou apresentados muitas vezes também carregam uma referência a suas origens e ao seu trabalho como símbolos de identidade. A variedade da produção – "Você vê aqui o que nunca encontraria em um supermercado" –, seu frescor, a terra remanescente nos vegetais, e seus selos de certificação participativa são apenas alguns exemplos do modo como os discursos dos/as agricultores/as se materializavam na feira. Além disso, quando perguntados sobre os produtos, os/as agricultores/as discutiam sobre o método de cultivo e de organização, e também sobre sua identidade como produtores/as agroecológicos/as. Como foi analisado na literatura que explora a conexão entre habilidades e identidade, habilidades podem ser referidas como "um local

privilegiado de construção de identidade, como um complexo de envolvimento estético e posições morais, de estratégias de pertencimento e práticas de autoridade" (GRASSENI, 2009, p. 1, tradução nossa). No caso dos/as agricultores/as da feira, suas histórias estão, em boa medida, entrelaçadas às práticas de capacitação em agroecologia: esta não é apenas um modo de produção, mas também atributo de seu estilo de vida, visões de mundo e posicionamentos políticos. Em outras palavras, a agroecologia como uma habilidade forma a identidade dos/as agricultores/as, bem como a paisagem em que eles estão engajados: suas histórias retratam como a transição para um sistema agrícola diferente do que adotavam envolve novas relações com o solo, com as plantas, com os animais, com as pessoas e com a sociedade, além de implicar renascimento do compromisso com debates da sociedade acerca de segurança alimentar e nutricional e de movimentos locais relacionados aos alimentos e à alimentação (MÉNDEZ *et al,* 2012; NORDER *et al.*, 2016; IKERD, 2018). O envolvimento dos/as agricultores/as em tais debates mais amplos era mais evidente na feira quando se davam sobre fatos e manifestações públicas então vigentes. Em 2016, ano em que a pesquisa de campo foi realizada, era comum que eles/as se engajassem em conversas sobre fatos políticos, tais como a manifestação de trabalhadores/as sem-terra por reconhecimento e por melhores condições de trabalho como agricultores/as no INCRA (em março de 2016), o acampamento de agricultores/as em apoio a Dilma Rousseff – a primeira mulher a ser presidenta do Brasil –, na Praça da Matriz, em Porto Alegre, ou manifestações públicas mais gerais organizadas naquele período (em torno do *impeachment* da presidenta). Um dia, enquanto conversavam, um agricultor do MST relacionou essas manifestações com sua educação e cultura políticas, explicando que os/as agricultores/as do MST tinham participado de muitas manifestações no passado e, portanto, desenvolvido habilidades específicas, o que, segundo ele, havia os

preparado para fazer protestos de longa duração e grande impacto em 2016.

De modo geral, vendendo seus produtos coletivamente, os/as agricultores/as podem cultivar traços comuns de suas identidades e comunicar seus esforços e esperança por um sistema de produção de alimentos mais diversificado, inclusivo e saudável, transformando a feira em uma comunidade de prática. Conforme teorizado por Wenger e exemplificado acima, comunidades de prática nem sempre pressupõem "uniformidade, conformidade, cooperação, ou concordância, mas implica um tipo de diversidade em que perspectivas e diversidades são engajadas umas às outras" (WENGER, 1998, p. 129). A materialidade da feira (isto é, o espaço físico, os produtos) é fundamental para facilitar a possibilidade de os/as agricultores/as retrabalharem e comunicarem suas identidades. Como explicado por Wenger (1998) e Meyer (2009), a materialidade é a chave para criar sentido coletivo, na medida em que estamos "dando forma à nossa experiência ao produzir objetos que consolidam esta experiência em 'coisidade'" (WENGER, 1998, p. 58)[8]. No caso da feira, tal materialidade e enraizamento significa que os argumentos e as práticas são contextualizados em seu tempo e espaço, tangíveis nos produtos, tornando-os meios para comunicar uma abordagem alternativa à produção e distribuição de alimentos. Além disso, essa materialização da experiência nos produtos também reforça a identidade da feira como um lugar (GUPTA & FERGUSON, 2002).

8 No original , o autor se refere a 'thingness': "giving form to our experience by producing objects that congeal this experience into 'thingness'" (WENGER, 1998, p. 58).

AGRICULTORES/AS FALANDO POR SI: A FEIRA COMO ESPAÇO DE CAPACITAÇÃO MÚTUA E NEGOCIAÇÃO POLÍTICA.

A construção de identidade está associada a uma trajetória de aprendizagem (WENGER, 1998). De modo contrário a teorias que separam conhecimento de prática, prática e teorias de conhecimento prático exploram a aprendizagem como ação (PALSSON, 1994), bem como assinalam a natureza social da aprendizagem e da ação humana. Nesse campo da literatura, capacitação é definida como um meio de aprendizagem por "imersão no mundo prático" (PALSSON, 1994, p. 901, tradução nossa). Tendo em vista tal abordagem, esta seção explora as maneiras com que, na feira, a capacitação ocorre como um esforço coletivo e localizado, caracterizando relações sociais. Referimo-nos a diferentes modos de "aprendizagem de cada um" (WENGER, 2011, p. 4, tradução nossa) observados nesta comunidade de prática e analisamos tais processos especificamente em termos de vinculação do grupo e negociação política.

Para analisar esse processo individual mas também coletivo de capacitação, cabe considerar o seguinte trecho da entrevista realizada com o coordenador da feira de agricultores/as pesquisada: "Houve um tempo em que diziam que agricultores/as não precisavam de educação, que agricultores/as tinham de trabalhar no campo e nada mais". Ele ainda explicou que hoje as coisas estão diferentes pois os/as agricultores/as se tornaram conscientes da "importância da partilha do conhecimento". Na experiência do coordenador, essa mudança estava relacionada à emergência de movimentos sociais rurais, bem como de escolas (para as quais ele tinha trabalhado por muitos anos), além de outros processos pedagógicos que envolviam agricultores/as em ensino e aprendizagem. A feira apareceu mais visivelmente como um desses processos porque representa uma oportunidade única de troca entre agricultores/as e consumidores/as. De fato, muitos dos feirantes descreveram a

feira como um espaço para encontro e discussão. Para os/as produtores/as, isso representava uma chance de conversar não somente sobre os produtos, mas também sobre suas identidades e discursos "contextualizados em suas habilidades práticas" (GRASSENI, 2009, p. 2). Para muitos/as consumidores/as, por outro lado, a feira é em boa medida o único lugar onde podem aprender sobre produção de alimentos, bem como transformar em prática suas crenças e posicionamentos políticos, incluindo, por exemplo, consumo de alimentos saudáveis, apoio a categorias marginalizadas, contribuição para a construção de um sistema de comida local, reconexão com a terra e "com o que realmente importa". Por causa disso, ou seja, em decorrência do fato de a feira ser um local singular, os/as consumidores/as têm uma atitude positiva e aberta demonstrada pelo fato de que empregam seu tempo para não apenas comprar, mas também para dialogar e vivenciar a feira.

Pudemos ouvir pessoas conversando sobre a estética dos alimentos e agricultores/as explicando como determinados produtos, tais como certas verduras ou legumes deveria, ser, por exemplo, em relação à aparência, contribuindo, assim, para a educação alimentar dos/as consumidores/as. "As pessoas da cidade muitas vezes não sabem sobre os possíveis diferentes formatos de produtos não limpos ou não processados", elucidou um dos/as agricultores/as entrevistados/as, apontando que esse era o caso especialmente em relação aos produtos orgânicos, cujas diferenças em formato e cor (quando comparados a seus equivalentes produzidos de modo convencional) às vezes chocam os/as consumidores/as. Além disso, os/as agricultores/as às vezes tinham de esclarecer porque os preços nas suas bancas foram reduzidos ou porque alguns de seus produtos eram diferentes dos da semana anterior ou dos de outros/as produtores/as. Dessa maneira, os/as consumidores/as aprendem não somente sobre processos de produção de alimentos e venda direta, mas também sobre os desafios referentes à produção de mui-

tos alimentos. Durante tais conversas, foi possível perceber que os feirantes também trocam informações sobre preparação de alimentos e receitas. Ademais, oficinas eram regularmente organizadas na feira, representando uma oportunidade lúdica para consumidores aprenderem a fazer, por exemplo, sorvetes e sucos especiais. Várias vezes ao ano, alguns/mas consumidores/as, organizados em grupo, também propõem visitar as propriedades de alguns dos/as produtores/as da feira, atividade chamada pelos feirantes de *visita ou passeio orgânico*. De modo mais informal, alguns/mas consumidores/as mais assíduos à feira às vezes também ajudam os/as agricultores/as em suas bancas por algum tempo. Todas essas formas de coparticipação parecem contribuir para o desenvolvimento de "critérios comuns de ação, percepção e avaliação (tanto moral como estética)" (GRASSENI, 2009, p. 12), e para a maturação de relações de confiança.

Algumas das atividades relacionadas à capacitação e partilha de conhecimento foram particularmente direcionadas às crianças. Por exemplo, um marceneiro local era regularmente convidado para a feira para organizar sessões em que as crianças construiriam seus próprios brinquedos de madeira. Além disso, alguns/mas dos/as produtores/as presentes na feira também participavam de projetos de educação em algumas escolas de Porto Alegre. Conforme descrito pelo coordenador da feira (que deu apoio para a organização do projeto): "Organizamos jogos, mini-feiras, nas escolas em que as crianças compram alimentos por si mesmas. Elas compram tomates, laranjas, alfaces, bananas, saladas [...]. Você tinha de ver elas falando sobre comida, era incrível!". Ele acrescentou: "Vamos a diferentes escolas e tentamos trazer esses conceitos [produção agroecológica, segurança alimentar e nutricional] para as crianças, e depois de brincarmos com elas na escola, elas geralmente trazem suas famílias para a feira. Quando chegam, elas vêm até mim e dizem 'oi!'! Criamos um laço forte com elas". Os/As agri-

cultores/as da feira pareciam encarar a educação alimentar para crianças, e, de modo mais abrangente, para a geração mais jovem, como uma missão, tomando essas discussões como um trampolim para a transformação de hábitos alimentares e para o desenvolvimento de sistemas alimentares sustentáveis. Esses/as agricultores/as reconheciam a importância de se envolver em uma pedagogia alimentar crítica, e em muitos casos isso também parecia corresponder a uma crescente autoconfiança. Na verdade, isso implicou a possibilidade de um novo papel para os/as agricultores/as na sociedade, criando um imaginário alternativo ao de marginalidade dos/as agricultores/as que, como os que compõem a feira estudada, produzem em pequena escala.

Os processos descritos acima fazem a Feira Agroecológica do Menino Deus um espaço onde diferentes perspectivas sobre meios alternativos de produção, alimentação, e diferentes visões agropolíticas tomam contato. Perspectivas rurais vêm ao encontro de compreensões urbanas acerca da mudança do sistema hegemônico de produção de alimentos, facilitando o processo de integração entre o que deve ser referido como a divisão cultural entre rural e urbano. Por exemplo, com base em observações gerais, quando se discute sobre esses temas, muitos/as consumidores/as urbanos inicialmente tendiam a focar mais nos assuntos ligados à saúde e problemas ambientais, enquanto os produtores focavam mais nos aspectos de justiça social. Essa intenção também era ilustrada na escolha terminológica dos produtores por se definirem e se diferenciarem como produtores agroecológicos (e não orgânicos). Ao oferecer essas novas perspectivas, os/as agricultores/as ampliavam a visão dos/as consumidores/as sobre os problemas ligados aos sistemas contemporâneos de produção de alimentos, oferecendo razões adicionais e oportunidades de engajamento político.

A feira também apareceu como um espaço para capacitação mútua entre os/as agricultores/as. Ela reuniu “dinâmicas de reconhe-

cimento na valorização da comida local" (FONTE, 2008, p. 201, tradução nossa): agricultores/as compartilhavam conhecimentos relacionados a agroecologia e conhecimentos locais às vezes em contraste, às vezes alinhado com o paradigma de produção de alimentos e de padrões alimentares dominantes. Essas habilidades, mesmo quando referentes ao conhecimento tradicional dos/as agricultores/as, nunca eram estanques, mas, ao contrário, estavam sempre em contínua transformação, influenciados por trocas com terceiros (por exemplo, adaptando-se às preferências dos/as consumidores/as) e mudanças no contexto sociopolítico (tais como regulamentos e normas que incidem sobre a produção e processamento de alimentos). Por exemplo, por causa dos padrões de segurança dos alimentos e em decorrência da fiscalização da Vigilância Sanitária de Alimentos, órgão que regula esses processos, muitos/as agricultores/as foram proibidos de vender produtos processados em casa para seu próprio consumo[9]. As associações de produtores/as (junto com serviços de extensão rural local) tinham desempenhado um importante papel no apoio a agricultores/as para encontrarem meios de cumprir os regulamentos e adaptarem-se aos padrões vigentes. Nesse contexto, a adaptação foi possível por causa de processos de capacitação mútua, possibilitando soluções coletivas que representavam um meio termo entre a padronização e a valorização da identidade dos/as agricultores/as. Tal capacitação também foi evidenciada ao longo da pesquisa realizada na feira por meio de conversas e processos de tomada de decisão coletivos, durante os quais os/as agricultores/as puderam se expressar e compartilhar suas diferentes experiências em suas comunidades ou associações. Nesse caso, alinhado com o pensamento de Gras-

9 Este tipo de produtos artesanais (tais como geleias e legumes em conserva), embora sejam informais, eram requisitados por alguns/mas consumidores/as, que os apreciavam mais em relação aos seus equivalentes industriais.

seni (2007, 2009), as habilidades emergiram em consonância com a situação, porque estavam estreitamente conectados ao contexto dos agentes.

Conforme exemplificado em tais processos, a capacitação mútua dos/as agricultores/as da feira ocorreu no que diz respeito a problemas de organização, comunicação e negociação. Apenas para citar um exemplo concreto de tais processos, cabe mencionar o caso da comercialização de produtos processados, citado mais acima, em que a solução encontrada para a continuidade da comercialização desses produtos foi a exigência do curso de boas práticas de fabricação, realizado por muitos/as agricultores/as que integram a feira. Essas trocas e aprendizagem mútua representam um trampolim para a habilidade dos/as agricultores/as em formular novas reivindicações e engajarem-se em discussões políticas mais amplas. Durante o trabalho de campo, foi possível identificar muitas maneiras em que capacitação na feira e negociação política estavam conectadas. Geralmente, as discussões na feira eram uma oportunidade para os/as agricultores/as se reunirem e alinharem suas visões para além de suas comunidades e associações e, desse modo, conectar seus esforços de maneira mais ampla ao coletivo de agricultores/as, como no caso de negociações acerca dos padrões de segurança dos alimentos e dos desafios encontrados no processo de produção, tais como a falta de instalações adaptadas ao processamento de alimentos em pequena escala. Ao narrarem como seu grupo ou associação lidou com tais problemas (e sua experiência de modo geral), os/as agricultores/as contribuem para fortalecer e conferir autonomia a outros/as agricultores/as que, com base em experiências já vividas pelos colegas de feira, podem mais facilmente pensar em soluções possíveis e novas possibilidades para direcionar seu trabalho. Além disso, pudemos ouvir os/as agricultores/as debatendo sobre eventos políticos e planejando seu curso de ação, trazendo *insights* de outros debates e comuni-

dades. Nesse processo, eles/as ainda desenvolveram juntos suas narrativas contra hegemônicas, ao se engajarem na discussão e ao confrontar suas perspectivas com mais agricultores/as e consumidores/as. Cabe ressaltar ainda que, conforme previamente descrito, a feira serviu como um espaço para cultivar uma identidade coletiva, incluindo dimensões políticas, tais como construir uma consciência das condições comuns das famílias de agricultores/as de pequena escala[10]. Tomando tudo isso em consideração, esses exemplos mostram como a feira representa para esses agricultores/as mais uma comunidade na qual podem compartilhar, aprender e discutir. Essa comunidade mantém seus traços peculiares ao mesmo tempo em que inclui uma gama muito diversa de atores (inclusive os/as consumidores/as), representando um ponto de encontro entre as culturas rural e urbana, o que parece corresponder ao enriquecimento da discussão política e do processo de capacitação em ambos atores e contextos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo teve como objetivo explorar uma feira agroecológica de agricultores/as não apenas como um espaço de comercialização de produtos, mas também como um ambiente social e cultural e como uma "comunidade de prática", onde acontecem processos de construção de identidade, capacitação mútua e negociação política. Como já discutido por muitos estudiosos, à exemplo de Black (2012), feiras de agricultores/as são espaços de sociabilidade e tal aspecto pode ser particularmente manifesto no caso das feiras agroecológicas que, como demonstramos com o exemplo da Feira

10 Ver Bubinas (2011) para exemplos de diferentes contextos sobre como a feira pode facilitar o crescimento de "uma consciência de classe atada a comportamento econômico", também para cosumidores.

da Cultura Ecológica do Menino Deus, apresenta oportunidades de diálogos específicos entre agricultores/as e consumidores/as. Nossa análise focou em como a feira representa oportunidade não apenas de os/as produtores/as venderem seus produtos, reforçarem suas relações com outros/as produtores/as e consumidores/as, mas também de cultivarem suas identidades como agricultores/as familiares produtores/as de alimentos em pequena escala. Os dados da pesquisa permitem considerar que, de fato, os produtos nas bancas da feira são, para além de si mesmos, a base de trocas mais amplas por meio das quais os/as produtores/as valorizam e comunicam seu conhecimento e sua ligação com a terra e, ao mesmo tempo, aprimoram os processos de capacitação mútua.

Capacitação, enquanto parte integral da construção de identidade, proporciona o desenvolvimento de vínculos entre os membros do grupo, bem como permite colocar em prática narrativas contra hegemônicas e negociações política relevantes para os/as agricultores/as. Nesses processos, os/as agricultores/as que integram a feira assumem também o papel de pedagogos/as na medida em que assumem papel de críticos alimentares, tornando-se atores-chave para a promoção de comida local e da segurança alimentar e nutricional, contribuindo, assim, para um valor que é central para esses atores, qual seja, a justiça social no sistema alimentar. Assim como no caso de outras feiras de agricultores/as presentes nas várias regiões e países, isso ocorre em um contexto em que políticas neoliberais estão limitando ou mesmo impedindo o desenvolvimento de sistemas alimentares socialmente justos, cerceando, desse modo, o potencial de agricultores/as como os presentes em feiras locais (LESLIE, 2017). Sob essas circunstâncias, feiras como a estudada nesta pesquisa vêm se tornando um precioso espaço social de resistência na prática, conforme explicado pelos processos de construção de identidade coletiva e de capacitação acionados neste artigo. Ao mesmo tempo, os diálogos na feira representam

para os/as consumidores/as um meio de se reconectarem com seus alimentos e com o conhecimento popular, na medida em que, por exemplo, tais relações proporcionam *insights* sobre a sazonalidade da produção ou a influência do clima nas colheitas (LEMOS, 2017). Em nossa pesquisa, reconhecemos que, para alguns/mas consumidores/as, ir à feira é também um meio de traduzir para a prática suas crenças e posicionamentos em relação às políticas alimentares, o que se dá particularmente ao apoiarem produtores e a produção agroecológica local de pequena escala[11]. As trocas na feira também pareceram facilitar o desenvolvimento de relações mais próximas entre produtores/as e consumidores/as, baseadas em empatia, respeito e admiração. De modo geral, esses processos paralelos fazem da feira um espaço onde visões alternativas do futuro são cultivadas e, não sem desafios, projetos emancipatórios se encontram e amadurecem na prática. Pesquisas futuras serão necessárias para investigar os progressos nessa e em outras comunidades de prática, e para explorar o modo como processos de construção de identidade, capacitação e negociação política evoluem à medida que novos desafios se apresentem aos agricultores/as familiares de pequena escala brasileiros/as.

Agradecimentos

As autoras agradecem a todos/as os/as feirantes/as por compartilharem seu tempo, *insights* e ideias. Sua determinação e criatividade permanecerão para sempre sendo fonte de inspiração.

A primeira autora trabalhou neste artigo durante seu doutorado realizado no âmbito do ERC Consolidator Project 'Food citizens?

11 Ao mesmo tempo em que escrevemos isto, é importante ressaltar que nesta pesquisa não investigamos em profundidade os/as consumidores/as. A literatura existente, tal como a análise de Lemos (2017), mostra quem são esses/as consumidores/as e o que eles estão procurando, aspectos que podem revelar um cenário mais complexo, o que convida a reflexões mais críticas sobre políticas de consumo na feira e questionamentos acerca de seu potencial para crescer como comunidade.

Collective food procurement in European cities: solidarity and diversity, skills and scale.'. Este projeto recebe fundos do Conselho Europeu de Pesquisa (ERC) sob o programa de inovação e pesquisa do European Union's Horizon 2020 (acordo de financiamento número 724151).

Agradecemos a Anselmo Kanaan Costa, Rosa Hocmann e Gilmar Bellé pela leitura atenta e ricas contribuições na versão final deste capítulo.

Para a tradução do artigo original, publicado em Inglês, contamos com o trabalho atento e cuidadoso de Ana Maria Montado, a quem agradecemos.

REFERÊNCIAS

ABREU, Lucimar Santiago et al. Relações entre agricultura orgânica e agroecologia: desafios atuais em torno dos princípios da agroecologia. **Desenvolvimento e Meio Ambiente,** v. 26, 2012, p. 143-160.

BERNAVA, Aguillar; CABREIRA, Claudia Maria; ALDA, Maria. As práticas educativas em agroecologia do movimento dos trabalhadores rurais sem terra e os desafios frente as ordens impostas pelo capitalismo no campo brasileiro. **Revista Tamoios,** n.12, v. 2, 2016.

BRUNO, Regina. Desigualdade, agronegócio, agricultura familiar no Brasil. **Estudos Sociedade e Agricultura,** v. 24, n. 1, 2016, p. 142-160.

BUBINAS, Kathleen. Farmers markets in the post'industrial city. **City & Society,** n. 23, v. 2, 2011, p. 154-172.

CANOFRE, Fernanda; Lopes, Gerson. Ocupar, resistir e produzir": Um novo modelo de vida nasce. 2015. Disponível em: https://www.sul21.com.br/em-destaque/2015/11/ocupar-resistir-e-produzir-um-novo-modelo-de-vida-nasce/

CARMO, Maristela Simões. Agroecologia: novos caminhos para a agricultura familiar. **Revista Tecnologia & Inovação Agropecuária**. Dezembro 2018, p. 28-40.

FONTE, Maria. Knowledge, food and place: a way of producing, a way of knowing. **Sociologia ruralis**, v. 48, n.3, 2008, p. 200-222.

GRASSENI, Cristina. **Developing skill, developing vision**: practices of lo-

cality at the foot of the Alps. New York, Oxford: Berghahn Books, 2009.

GRASSENI, Cristina. Introduction. In: **Skilled visions**: between apprenticeship and standards. Berghahn Books, 2007, pp. 1-19.

GUPTA, Akhil; FERGUSON James. Beyond "Culture": Space, Identity, and the Politics of Difference. In:. XAVIER, Jonathan Inda; ROSALDO, Renato (eds). **The Anthropology of Globalization.** Malden: Blackwell Publishers, 2002, p. 65–80.

GUTHMAN, Julie. Neoliberalism and the making of food politics in California. **Geoforum**, n. 39, v. 3, 2008, p. 1171-1183.

HINRICHS, C. Clare. The practice and politics of food system localization. **Journal of rural studies,** n. 19, v. 1, 2003, p. 33-45.

IKERD, John. Agroecology: Science, Farming System, or Social Movement?. 2018. Disponível em: http://johnikerd.com/agroecology-science-farming-system-or-social-movement/

INGOLD, Tim. Technology, language, intelligence: a reconsideration of basic concepts. In: GIBSON, Kathleen; INGOLD, Tim (eds). **Tools, language and cognition in human evolution.** Cambridge University Press, 1993, p. 449-472.

LAVE, Jean, WENGER, Etienne. **Situated learning:** Legitimate peripheral participation. Cambridge: Cambridge University Press, 1991.

LEMOS, Lilian Silva. Consumidores de produtos orgânicos/ecológicos da feira de agricultores do Menino Deus em Porto Alegre – RS. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Desenvolvimento Rural – PLAGEDER), Faculdade de Ciências Econômicas (FCE), Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), 2017.

LESLIE, Isaac Sohn. Improving farmers markets and challenging neoliberalism in Argentina. **Agriculture and Human Values,** n. 34, v. 3, 2017, p. 729-742.

MÉNDEZ, Ernesto V.; BACON, Christopher M.; COHEN, Roseann. Agroecology as a Transdisciplinary, Participatory, and Action-Oriented Approach. **Agroecology and Sustainable Food Systems,** v. 37, n. 1, 2013, p. 3-18.

MEYER, Birgit. From Imagined Communities to Aesthetic Formations: Religious Mediations, Sensational Forms, and Styles of Binding. In: MEYER, Birgit (ed.) **Aesthetic Formations**: media, religion and the senses. London: Palgrave Macmillan, 2009, p. 1-29.

MORAES, Tete. Terra para Rose. 1987. Disponível em: https://vimeo.com/12323209

MOREIRA, Roberto José. Críticas ambientalistas à revolução verde. **Estudos sociedade e agricultura**, v.8, n. 2, 2000, p. 39-52.

NORDER, Luiz Antônio. Agroecologia: polissemia, pluralismo e controvérsias ambiente & sociedade. **Ambiente & Sociedade**, v. XIX, n. 3, 2016, p. 1-20.

OXFAM. Terrenos da desigualdade: terra, agricultura e desigualdades no Brasil rural. Novembro, 2016. Disponível em: https://www.oxfam.org.br/sites/default/files/arquivos/relatorio-terrenos_desigualdade-brasil.pdf.

PALSSON, Gisli. Enskilment at sea. **Man: New Series,** v. 29, n. 4, 1994, p. 901-927.

PENNA, Camila; ROSA, Marcelo C. Estado, movimentos e reforma agrária no Brasil: reflexões a partir do Incra. *Lua Nova,* n. 95, 2015, p. 57-87.

PPA. Prefeitura Municipal de Porto Alegre. Dispões sobre as feiras ecológicas. Disponível em http://www2.portoalegre.rs.gov.br/smic/default.php?p_secao=206

PORTO ALEGRE. SMIC . Resolução no 3 de 26 de dezembro de 2012. Disponível em: https://www.legisweb.com.br/legislacao/?id=249215

PRATT, Jeff. Food values: the local and the authentic. **Critique of anthropology**, n. 27, v. 3, 2007, p. 285-300.

TARLAU, Rebecca. How do new critical pedagogies develop? Educational innovation, social change, and landless workers in Brazil. **Teachers College Record**, n.117, v.11, 2015, p. 1-36.

TREGEAR, Angela. Progressing knowledge in alternative and local food networks: critical reflections and a research agenda. **Journal of rural studies,** n. 27, v. 4, 2011, p. 419-430.

TURNIAWAN, Marian Li. Constructing a Counter-Discourse: Agroecological Formação at the MST's Milton Santos School. Dissertation, Paper 286, Syracuse University, 2015.

WENGER, Etienne. **Communities of practice**: learning, meaning, and identity**.** Cambridge: Cambridge University Press, 1998.

WENGER, Etienne. Community of practice: a brief introduction. **STEP Leadership Workshop**, University of Oregon, 2011. Disponível em: https://scholarsbank.uoregon.edu/xmlui/handle/1794/11736

FEIRA INTERINSTITUCIONAL AGROECOLÓGICA: CONSTRUÇÃO DE MERCADO SOCIAL E FORTALECIMENTO DO TERRITÓRIO DA AGRICULTURA CAMPONESA EM GOIÁS

AUTORAS

STÉFANNY DA CRUZ NÓBREGA
stefanny.nobrega.ufg@outlook.com

LARA CRISTINE GOMES FERREIRA
lara@ufg.br

INTRODUÇÃO

O processo de globalização capitalista aliado à divisão global do trabalho, bem como a urbanização e industrialização, são processos que vêm ampliando a territorialização das monoculturas voltadas ao mercado agroexportador. Este projeto hegemônico não é capaz de abastecer a população de alimentos, uma vez que está voltado para a produção de *commodities* e não de comida. O Brasil é internacionalmente conhecido como "celeiro do mundo", tendo em alguns estados, como Goiás, grandes produtores de grãos, cana-de-açúcar, entre outras *commodities*. Contudo, esse contexto agrário, revela a existência de uma arena com diferentes conflitos, ocupações territoriais, diferentes atividades econômicas que resultam em várias territorialidades sociais e culturais, que têm sido mescladas, enfraquecidas, transformadas e que resistem a este processo modernizador (MENDONÇA, 2012).

Desta forma, o conceito de território vem sendo utilizado pelos movimentos sociais, na luta pela terra, por educação, por alimentos e está presente nas reflexões acadêmicas. Considerou-se portanto, essencial discutir as relações da soberania alimentar na atual conjuntura do sistema agroalimentar, destacando suas características e especificidades, como os conflitos no campo pelo território e as divergências de meios de produção.

Neste cenário, fazemos destaque ao território da agricultura camponesa, que além de promover a segurança alimentar e nutricional, devido a diversificação agrícola, representa aproximadamente 70% do alimento produzido, ou seja, garante uma parcela significativa da produção que circula nos mercados locais, nas redes agroalimentares de circuito curto (MITIDIERO *et al*, 2017). Em contrapartida, a agricultura camponesa possui apenas 24% das terras e 14% de créditos, enquanto o agronegócio conta com 86% de crédito e detém 76% das terras, mas produz apenas 30% de ali-

mentos. A despeito disso, a agricultura camponesa brasileira se estabelece como a 8° maior produtora de alimentos do mundo (IBGE, 2006). Este cenário no qual o agronegócio se fortalece revela uma crescente concentração dos sistemas agroalimentares em torno de grandes redes varejistas altamente exigentes, restringindo a participação da agricultura camponesesa nos mercados agropecuários e limitando a oferta de alimentos aos consumidores finais.

O sistema capitalista acaba por dissociar cidade e campo, a relação entre a população urbana e os alimentos é vetor central de exposição das contradições do atual modelo hegemônico para o campo, que produz mercadorias e não comida. Não é de se estranhar que a consciência coletiva esteja aumentando e a reação ao modelo hegemônico está acontecendo com a transição agroecológica[1]. Tal transição não apenas tem tomado forma, no seio das organizações, como também tem se apresentado como possibilidade concreta de reprodução social e alternativa da vida.

Para Balestro e Sauer (2013), a transição agroecológica propõe mudanças nos principais circuitos de produção e consumo de alimentos, atingindo diretamente a soberania e segurança alimentar. É importante valorizarmos a Agricultura Camponesa e, também promover a justiça social nas relações de produção e consumo alternativos. Para tanto, a construção de alianças e articulações entre o campo e a cidade como a luta por soberania alimentar e por uma reforma agrária popular são oportunos caminhos para a superação do projeto desigual do agronegócio. Nesse sentido, as feiras agroeológicas, nesse momento em que campo e a cidade dialogam, podem contribuir para a consolidação de um novo paradigma de desenvolvimento rural. Tal possibilidade ocorre uma vez que elas

1 Assim como Sauer e Balestro (2013), compreendemos que a produção e o consumo de alimentos agroecológicos, trata-se de um processo de transição, como um caminho para reduzir os impactos de agrotóxicos e insumos químicos na agricultura, não apenas no sentido ambiental e de saúde, mas também no aspecto econômico e social.

podem funcionar como espaço de economias populares que se baseiam na maximização do bem-estar de produtores e de consumidores, proporcionando uma alternativa ao sistema agroalimentar hegemônico (VERANO, 2019).

A partir desta preliminar à guisa de introdução, o presente artigo está estruturado em dois tópicos. O primeiro apresenta a fundamentação teórica basilar da experiência abordada: a construção da Soberania Alimentar e os Canais Curtos de Comercialização como estratégia. O segundo tópico está dedicado a apresentar, de maneira sucinta, o projeto da Feira Interinstitucional Agroecológica, seus objetivos e público-alvo, bem como discutir o que esta experiência exitosa significa e como contribui para a construção da Soberania Alimentar a partir da relação produtor - consumidor.

A CONSTRUÇÃO DA SOBERANIA ALIMENTAR E AS CADEIAS CURTAS DE ALIMENTOS

A fome e a desnutrição não são uma ocorrência natural, mas resultados das relações sociais e de produção que o ser humano estabelecem entre si, como alertou Josué de Castro (1946) no livro "Geografia da Fome". Apesar de Josué de Castro ter estado engajado nesta pauta, desde a década de 1940, de acordo com Cruz (2019) foi apenas na década de 1990 que se ampliou o debate acerca do sistema alimentar, evidenciando os impactos ambientais, sociais e para a saúde. Uma das razões para a centralidade desta questão é a permanente situação de insegurança alimentar no mundo. Ao contrário do discurso do agronegócio afirmar ser a via para alimentar o mundo, os dados da FAO (2017) mostram, na verdade, que o problema da fome tem se agravado, representando a situação de 10,9% da população do planeta.

Diante destas mazelas sociais persistentes, a bandeira do combate à fome e à pobreza foi historicamente levantada pelos movimentos sociais populares. O conceito de Soberania Alimentar foi

introduzido, em 1996, pela Via Campesina, durante a realização da Cúpula Mundial sobre a Alimentação (CMA), realizada em Roma pela FAO. As organizações camponesas defendem este conceito partindo do princípio de que "o alimento não é uma mercadoria, é um direito humano", e, assim sendo, a produção e distribuição dos alimentos é uma questão de soberania popular e nacional (STEDILE, 2011). Já no início do século XX, José Martí advertia ao povo latino-americano: um povo que não produz o próprio alimento é um povo escravo e dependente de outros países para lhe oferecer a sobrevivência. Ou seja, já mencionava sobre a necessidade de produção do próprio alimento ou a dependência do capital externo. No entanto, a carência alimentar, a fome persistem.

Assim, é essencial discutir as relações de soberania alimentar na atual conjuntura do sistema agroalimentar. A luta pela construção da soberania alimentar pode ser melhor compreendida em suas características e especificidades a partir da categoria território, pois representa, na prática, campo de disputas ideológicas e divergências nos meios de produção, que tem gerado diversos conflitos. O conceito de território vem sendo utilizado pelos movimentos sociais, na luta pela terra, por educação, por alimentos e está presente nas reflexões acadêmicas. Neste estudo, fundamentados em Raffestin (1993), compreendemos que território se forma a partir do espaço, sendo o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível. Ao se apropriar de um espaço, concreta ou abstratamente, o ator "territorializa" o espaço. Assim sendo, o território é uma categoria que prioriza as problemáticas de caráter político ou que envolvem a manifestação de poder, em suas múltiplas esferas, tanto funcionais como simbólicas.

O conceito de soberania alimentar representa uma dimensão política ampla. Conforme Stédile e Carvalho (2011, p. 715), "para ser soberano e protagonista do seu próprio destino, o povo

deve ter condições, recursos e apoio necessários para produzir seus próprios alimentos". Diante disso, para avançarmos em relação à soberania alimentar, faz-se necessário reformular os sistemas de alimentação. Para tanto, a soberania alimentar tem se constituído como um projeto político do campesinato, na luta por políticas públicas, pelo direito de escolher o que, onde e como produzir o próprio alimento e, assim, ter o controle sobre a sua alimentação e o abastecimento local - o controle do fluxo de alimentos. Para a Via Campesina, a soberania alimentar é a condição prévia para uma verdadeira segurança alimentar (LA VIA CAMPESINA, 1996).

A luta dos movimentos sociais tem o grande mérito de afirmar uma agenda que se contrapõe ao agronegócio. Ela demonstra que há outras possibilidades para a agricultura que não seja a agricultura intensiva inspirada nos padrões da Revolução Verde. Desse modo, têm um importante papel de fortalecimento e institucionalização de espaços participativos que pautam a Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) no Brasil. Um avanço nesse sentido foi a instituição da Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (PNSAN), instituída em decreto no ano de 2010, cujos objetivos são:

> Promover sistemas sustentáveis de base agroecológica, de produção e distribuição de alimentos que respeitem a biodiversidade e fortaleçam a agricultura familiar, os povos indígenas e as comunidades tradicionais e que assegurem o consumo e o acesso à alimentação adequada e saudável, respeitada a diversidade da cultura alimentar nacional; Incorporar à política de Estado o respeito à soberania alimentar e a garantia do direito humano à alimentação adequada, inclusive o acesso à água, e promovê-los no âmbito das negociações e cooperações internacionais. (BRASIL, Art. 4° III, IV. decreto no 7.272, de 25 de agosto de 2010).

É na agroecologia[2], então, que a soberania alimentar tem suas bases. O termo "agroecologia" passou a ser utilizado no Brasil somente no final da década de 1980, a partir da relação do movimento brasileiro de agricultura alternativa com autores latino-americanos. Foi incorporada, enquanto agroecológica, negando o fato de ser uma agricultura alternativa a um modelo convencional de agricultura que se contrapõe. Isso, porque se trata de práticas e saberes populares historicamente construído e que resistem. Nesse sentido, é um conceito criado com base em uma prática ancestral. A construção do conhecimento agroecológico é realizada por meio do diálogo de saberes, envolvendo pesquisadores de instituições de ensino, pesquisa e extensão rural, membros de organizações não governamentais, movimentos sociais, agricultores, profissionais e estudantes das ciências agrárias, geografia, nutrição, entre outros (MOURA, 2016).

Ao valorizar as dimensões da ciência, das práticas, dos movimentos sociais e das inovações institucionais, a agroecologia tem se configurado, atualmente, como ciência, prática e movimento social (ABA, 2017). Assim, é entendida como um movimento social que se coloca em marcha, tanto em ações cotidianas, como em processos coletivos de mobilização visando transformações nas formas de produção, processamento, distribuição e consumo presentes no atual sistema agroalimentar. Busca, também, a promoção da saúde, em sua relação com o ambiente, e luta contra as diferentes formas de preconceito: racial, de gênero ou socioespacial. Enfim, ao integrar distintas dimensões, a agroecologia apresenta-se como um outro projeto de sociedade, para a qual há necessidade de transformações estruturais: sociais, econômicas, políticas e culturais.

2 Conforme a bandeira de luta levantada pela Marcha das Margaridas (2012), a agroecologia aglutina as demandas das mulheres das águas, dos campos e das florestas na luta por um desenvolvimento sustentável, com democracia, justiça, autonomia, igualdade e liberdade. A agroecologia representa a luta das Margaridas em defesa da sociobiodiversidade, da agricultura de base familiar e, consequentemente, da soberania alimentar.

O Movimento Camponês Popular (MCP) e o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) são dois movimentos sociais populares referências na luta por terra, território, alimentos saudáveis e soberania alimentar, que levantam a bandeira da agroecologia e em defesa das sementes crioulas[3]. O MST e o MCP forjam novos militantes e dirigentes políticos, qualificando o debate de temas, tais como: a luta pela terra e pela reforma agrária, o respeito à biodiversidade, pela participação política das mulheres, a permanência no campo e a sucessão rural familiar. Portanto, a territorialização contra-hegemônica do capital (BATISTA, 2014) construída e exercida por estes movimentos, ocorre desde seus posicionamentos políticos e suas linhas estratégicas, suas ações e lutas de enfrentamento, sua forma organizativa e suas políticas de formação, forjando a consciência de sua própria classe. Portanto, estes movimentos se colocam em marcha e constroem um projeto distinto para o campo, baseado na soberania alimentar, dos povos e na agroecologia.

Walter (2013) traz o conceito de *food movement*, aglutinando diversos atores em torno de movimentos como o *slow food*, a gourmetização, a politização em torno do alimento e da alimentação. Menezes e Cruz (2017) situam este movimento crescente como uma noção contrária à globalização e seu modelo de alimentação padronizada e difundida pelo *Fast Food*. Segundo as autoras, trata-se de uma resistência à homogeneização da alimentação e em defesa dos hábitos alimentares locais e regionais. É

3 As sementes crioulas são aquelas mantidas e selecionadas por meio das gerações por agricultores tradicionais. As sementes Crioulas são, em si mesma, instrumentos da luta política e resistência dos grupos camponeses e símbolo de sua diversidade. No momento em que estes são impedidos de possuir, reproduzir e distribuir suas sementes, também são privados de sua própria existência enquanto povos dos campos, águas e florestas. A soberania alimentar acaba por envolver a discussão sobre o uso das sementes crioulas, pois envolve a capacidade das populações no campo produzirem seu próprio alimento e ter o controle sobre a sua alimentação e o abastecimento local (SANTILLI, 2009).

uma manifestação cultural na/da contemporaneidade. Esta resistência acontece tanto do lado dos consumidores, como do lado dos agricultores e produtores. De acordo com Almeida (2008), os inúmeros movimentos sociais da sociedade civil organizada, relativos aos povos do Cerrado, demonstram experiências de luta para sua conservação e pelo seu uso não destrutivo. Os cerradeiros também resistiram e resistem a esta homogeneização da alimentação. São estes que mantém vivos os hábitos alimentares regionais, mesmo que estes tenham sido em alguma medida reinventados (MENEZES; CRUZ, 2017).

Cruz (2019), em muito contribui com este debate ao afirmar que ao articular essas esferas, rural-urbano, agricultores-consumidores, com centralidade em processos participativos, contemplando inclusive projetos e parcerias em esforços colaborativos, é possível avançar na construção da soberania alimentar. A autora propõe, em outras palavras, a governança participativa[4] de sistemas alimentares locais. Como a alimentação está na base, tanto da saúde como da doença, a estratégia é promover hábitos alimentares saudáveis. O que garante uma alimentação saudável é a aproximação entre quem produz e quem consome, portanto, a aproximação campo-cidade. Nesse sentido, os canais curtos de comercialização garantem a oferta de alimentos locais e de qualidade em consonância com a promoção de soberania alimentar e geração de renda, por propiciar a inclusão socioprodutiva da agricultura de base familiar (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017).

Postuladas por Gazzolla e Schneider as cadeias curtas de alimentos possibilitam aos agricultores assumirem a protuberância

4 De acordo com Cruz (2019) o que se torna central na Governança Participativa é trazer para o centro da análise a relação entre Estado, considerando distintas esferas, mercado e os atores da sociedade civil, pois, na perspectiva de governança, esses arranjos e relações operam em múltiplas esferas, que não são necessariamente hierárquicas entre si.

social para comercializar seus alimentos e produtos por formas mais diretas aos consumidores. Um primeiro elemento estruturante das cadeias curtas ecológicas é a chamada proximidade social entre agricultores e consumidores. O bom funcionamento de uma cadeia curta depende dos atores sociais serem próximos, em termos de valores sociais que compartilham e co-constroem, por exemplo, confiança mútua e interconhecimento. As feiras são, então, espaços que têm o poder de gerar oportunidades e viabilizar aqueles excluídos pelo sistema econômico moderno (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017).

A FEIRA INTERINSTITUCIONAL AGROECOLÓGICA

A Feira Institucional Agroecológica é constituída a partir da proposta de garantir a possibilidade de escolha e acesso à alimentação saudável, difundindo nos ambientes institucionais os alimentos oriundos da agricultura camponesa. Diante disso, constituiu-se um projeto de extensão universitária denominado "Feira Interinstitucional Agroecológica" que, fundamentado na abordagem de Paulo Freire[5], compreende a importância do saber-fazer próximo às classes populares, em que um ensina o outro, com esperança de transformar o futuro. Por isso, o projeto Feira Agroecológica, ancorado no tripé ensino, pesquisa e extensão, é entendido enquanto uma estratégia que oportuniza a intersecção entre o conhecimento científico e popular, a intersetorialidade entre os órgãos públicos, a

5 Paulo Freire publicou o livro "Extensão ou comunicação?" em 1969, no qual apresentou uma reflexão sobre o caminho, ou qual seria a melhor metodologia a ser aplicada em uma ação transformadora da sociedade por meio do ensino. No cerne da Educação Popular postulada por Paulo Freire está a Comunicação e a Troca de Saberes. Portanto, na base do processo de fortalecimento de um outro paradigma: a agroecologia, está o fortalecimento de uma outra epistemologia: educação popular, método de educação baseado no diálogo entre diferentes saberes. O diálogo é sua razão de ser, em uma noção de ciência aberta às demandas populares, construída no planejamento comunitário e participativo.

interdisciplinaridade entre servidoras/es da Universidade Federal de Goiás (técnicos administrativos e docentes), discentes, agricultoras(es) e consumidoras(es), para que juntos possam avançar na construção do conhecimento agroecológico para fins da soberania alimentar e popular.

A partir das articulações feitas, foi possível conformar redes institucionais com base na cooperação, colaboração e coordenação, agregando interesses comuns em sinergia, voltados para a construção social de mercados. É, portanto, uma estratégia de inclusão socioprodutiva de agricultores/as camponesas/es. E, para além disso, a Feira Agroecológica, enquanto fim da fase produtiva e início da fase de consumo, é um espaço que possibilita que os consumidores/as e produtores/as tornam-se protagonistas do processo de comercialização e da ressignificação das relações socioeconômicas, socioculturais e socioambientais. A ênfase está no papel educativo, propiciado pelo encontro desses dois atores, pautando um processo de transição agroecológica.

Por meio do projeto da Feira Interinstitucional Agroecológica, o alimento é compreendido pelos sujeitos envolvidos enquanto direito humano à vida, e não como mercadoria (FURTADO, 2019). E mais do que alimento, é "comida", pois está compreendida no âmbito das relações de sociabilidade e como forma de pensamento, nas quais as práticas se expressam como identidade cultural coletiva (ALVES, 2011). Nesta perspectiva, a Feira Agroecológica promovida institucionalmente apresenta-se como uma maneira de transcender o sistema alimentar globalizado e hegemônico, atuando na prática e contribuindo com estratégias para avançar na construção da soberania alimentar.

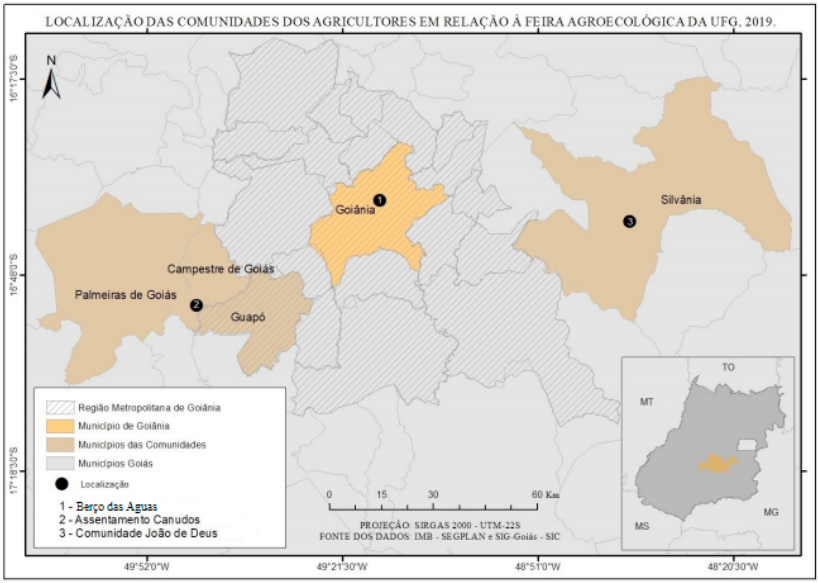
Diante do exposto, constituiu-se como público alvo da Feira: os/as agricultores/as de base familiar do estado de Goiás, com prioridade para assentamentos de reforma agrária, comunidades tradicionais indígenas e comunidades quilombolas, distantes em até

120 km de Goiânia. Para a efetivação da Feira Interinstitucional Agroecológica, foram estabelecidas diversas articulações que configuraram a equipe de atuação intersetorial e multidisciplinar, próprias do caráter integrador da comunicação/extensão. Integram o Projeto: o Instituto Federal de Goiás (IFG), por meio do SIASS - IF Goiano/IFG e a Universidade Federal de Goiás (UFG), que formalizaram o Termo de Convênio - UFG nº 89/2019, no mês de março/2019, sob orientação da PROEX/IFG e PROEC/UFG, ampliando, descentralizando e dando continuidade à Chamada Pública também nas instâncias da UFG, conformando-se, então, a Feira Interinstitucional Agroecológica. Destaca-se que no ano de 2020, foi realizada nova Chamada Pública, formalizando a continuidade na Feira. Devido ao contexto da Pandemia da Covid-19, esta chamada pública foi prorrogada por mais um ano, sendo que Feira Agroecológica adotou o formato digital[6].

Os grupos de agricultores de base familiar selecionados em chamada pública e que atualmente constroem a Feira Agroecológica na UFG estão organizados em cooperativas, rede de economia solidária, movimentos de luta pela terra, alimento e pela vida, tais como o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra e o Movimento Camponês Popular. Estes foram aglutinados em 3 grupos, em função da localização, e foram espacializados da seguinte forma: 1) residentes em Goiânia (ponto 1): Cooperativa Berço das Águas; 2) Assentamento Canudos (ponto 2): localizado nos municípios Palmeiras de Goiás, Campestre e Guapó; e, 3) Comunidade João de Deus (ponto 3): localizada em Silvânia, conforme pode ser observado no mapa da Figura 1.

6 A Feira Interinstitucional Agroecológica acontece, durante a Pandemia de Covid-19, em formato Virtual. Neste novo formado as/os agricultoras/es disponibilizam a lista de alimentos a serem ofertados. Os consumidores realizam o pedido por meio de um formulario online. É feita a tabulação dos pedidos e repassado aos agricultores, que entregam os alimentos em Goiânia uma vez por mês, nas três instituições que articulam o projeto: UFG, IFGoiás e IFGoiano.

Figura 1: Mapa de localização das comunidades dos(as) agricultores(as) em relação à Feira Agroecológica na UFG



Fonte: IMB / SEGLAN e SIC-GO. Org: NOBREGA, S. C. (2019).

O projeto da Feira Interinstitucional Agroecológica é amplo por envolver as mulheres agricultoras camponesas, homens e crianças, articulados em comunidades e em cooperativas. Ele ocupa três instituições, com as quais estabelece relações de proximidade com servidores públicos e funcionários terceirizados, assim como com a comunidade externa. É justamente a comercialização direta "cara a cara", por meio da qual se cria uma relação interpessoal de confiança, mediada pelo processo de garantia da qualidade ou a certificação agroecológica dos alimentos ofertados pela Feira. Ou seja, estabelece uma cadeia curta de comercialização (GAZOLLA; SCHNEIDER, 2017). Ressalta-se que os alimentos comercializados na Feira não se encontram certificados por meios oficiais, havendo sim uma acreditação por parte dos(as) agricultores(as) que autodeclararam sua

produção como agroecológica no ato da inscrição. Além do acompanhamento realizado por parte da Universidade, por meio dos trabalhos de campo realizados nas comunidades, prestando assistência técnica, utilizando-se da extensão rural agroecológica.

A partir do mapeamento dos alimentos – comidas *in natura* e dos beneficiados – que foram oferecidos pelas comunidades, de acordo com as estações do ano, foi possível elaborar o quadro (1).

Quadro 1: Calendário agroextrativista e pecuário dos alimentos encontrados na Feira Agroecológica da UFG, 2019.

Alimentos	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Plantas ciclo curto												
Mandioca												
Gergilim												
Abóbora												
Abobrinha												
Jiló												
Tomate												
Milho												
Feijão												
Alface												
Cheiro Verde												
Couve												
Pimenta												
Beterraba												
Amendoim												
Melancia												
Cenoura												
Girassol												
Quiabo												
Plantas de ciclo médio												
Açafrão												
Gengibre												
Maracujá												
Hibisco												
Capim Santo												
Carqueja												
Babosa												
Penicilina												

Alimentos	jan	fev	mar	abr	mai	jun	jul	ago	set	out	nov	dez
Origem animal												
Mel												
Frango Caipira												
Porco Caipira												
Ovos Caipira												
Leite												
Extrativismo Florestal e Coleta do Pomar												
Barbatimão												
Baru												
Jenipapo												
Moringa												
Urucum												
Banana												
Laranja												
Goiaba												
Gueroba												
Caju												
Cagaita												
Tamarindo												
Manga												
Limão												
Pequi												
Mexerica												
Abacate												
Legenda:	Plantio					Manejo			Colheita			

Fonte: Mapeamento dos alimentos na Feira. Organização: A autora, 2019.

Por meio do quadro 1, é possível observar a grande socioagrobiodiversidade. Ou seja, a agrobiodiversidade produzida pelas comunidades a partir de uma intrínseca dimensão sócio-cultural. Santilli (2006) argumenta que trata-se de processos dinâmicos, na medida em que as plantas circulam entre famílias, as comunidades, a partir de um intercâmbio de sementes, saberes e experiências guiadas pelo interesse da produção da biodiversidade (SANTILLI, 2006).

No quadro, percebemos que com o período das chuvas, iniciam os plantios de milho, feijão catador, mandioca e abóbora. A colhei-

ta do feijão catador é em março, em abril já estão colhendo o milho, abóbora é colhida em junho e a mandioca em julho. No entanto, de agosto a outubro é um período de escassez, não se planta, não se colhe e até mesmo o leite pode vir em menor quantidade por ser o ápice do período da seca. Daí a importância do manejo florestal para o extrativismo e dos quintais agroflorestais[7] para a soberania alimentar - como espaços de produção contínua que asseguram uma complementação na dieta alimentar, além de valorizar o potencial do Cerrado em pé.

Há, ainda, o conhecimento popular de utilização das Plantas Alimentícias não Convencionais (PANC's) encontradas nos quintais, onde também são cultivadas as plantas medicinais, consumidas principalmente sob a forma de infusões e chá – estas são plantas de ciclo médio, também estão disponíveis durante todo o ano. Além disso, um diferencial da Feira Agroecológica Interinstitucional é a oportunidade dos consumidores encontrarem alimentos bastante apreciados na culinária goiana, como por exemplo, a venda de manteiga de leite, do "franguinho" caipira, da carne de lata e da carne de porco de "roça". Estes não são encontrados nos supermercados e outros canais de comercialização e distribuição dos grandes circuitos, varejistas - pautados pela padronização do sistema agroalimentar.

Outro destaque especial é a variedade de alimentos beneficiados que, justamente, ressalta o saber-fazer das comunidades envolvidas. Nesse sentido, mesmo que os movimentos ofertem o mesmo gênero alimentício, o saber-fazer tradicional de cada comunidade expressa-se em receitas únicas de compotas, geleias, biscoitos, etc.. Isso vai permitir ao consumidor a possibilidade de escolher o que mais agrada seu paladar.

7 São sistemas de produção integrados também chamados de sistemas agroflorestais, que representam uma forma de uso e manejo da terra para uma produção pequena, mas contínua, com uma mistura de espécies agrícolas, florestais, que envolve ainda a criação de pequenos animais, protagonizada por mulheres rurais (SILIPRANDI, 2015).

A Feira Agroecológica é, portanto, um espaço muito rico para trocas de experiências em âmbito de produção de alimentos agroecológico. Além disso, nela há a grande variedade de alimentos da socioagrobiodiversidade construída pelos agricultores de base familiar agroecológica ofertados pela Feira e, sobretudo, alimentos com valores acessíveis (Figura 2).

Figura 2: Variedade de alimentos ofertados na Feira Interinstitucional Agroecológica.

Fonte: Nóbrega, S. C. (2020).

A partir dos saberes locais, no qual os(as) agricultores(as) são os atores principais, possibilita-se o aproveitamento das potencialidades do agroecossistema, de modo que as atividades desenvolvidas se tornam mais diversificadas e a agrobiodiversidade é preservada. Como tem sido o caso da utilização dos frutos e plantas medicinais do Cerrado, o autoconsumo e a ampliação das estratégias de soberania e segurança alimentar, tendo como base os hábitos alimentares regionais. Trata-se de uma forma de valorizar a biodiversidade do Cerrado praticando o uso do Cerrado em pé – prática da cultura cerradeira. Além disso, a comercialização de alimentos do agroextrativismo corresponde a uma atividade complementar na geração de renda familiar, como tem sido ofertado na Feira Agroecológica.

Em diálogo com Dona Leonice (liderança do MCP, Comunidade João de Deus) a mesma confessa “essas feiras é a nossa principal fonte de renda”, o que também afirma a Dona Leoneide (MST, Canudos). A partir de relatos dos(as) agricultores(as), há especificidades que já são compreendidas por eles, de forma que são readequados o modo de produção e a quantidade, conforme as características do público. Em relatos de agricultores(as) da Comunidade João de Deus “a gente já consegue produzir a quantidade certa, volta pouca coisa para comunidade” e “ as pessoas gostam mais do suco sem açúcar, assim a gente vende tudo!” Por isso, passaram a oferecer açúcar separadamente e repensaram, inclusive, a quantidade de açúcar utilizado na fabricação dos doces.

Esses alimentos são demandados por consumidores que buscam reforçar ou alimentar a sua identidade, mas também por outros que procuram alimentos sem uso de conservantes e outros aditivos – presentes em todos os alimentos industrializados. Menezes (2013), com base em suas pesquisas referentes aos sistemas de produção dos alimentos tradicionais, ressalta a importância da preservação do modo de elaboração artesanal desses alimentos, em que a relação de confiança fixada entre os(as) agricultores(as) e consumidores(as) é que reconhece da qualidade dos alimentos. E como não reconhecer a qualidade do Salame da Dona Amélia, do Requeijão da Dona Alzira ou da farinha artesanal e dos Biscoitos da Comunidade João de Deus? Assim é, também, para os demais alimentos ofertados na Feira Agroecológica.

Valorizar a produção artesanal significa endossar as estratégias e territorialidades criadas pelos(as) agricultores(as) ao se apropriarem dos recursos de seus territórios, transformando estes em alternativas geradoras de renda e trabalho, o que fortalecerá a economia local. Isto também revela uma vivência fundamentada na identidade e no saber-fazer transmitido por gerações, que supera a lógica produtivista e o lucro, fundamentada na identidade cultural. Por isso, esti-

mular a produção de alimentos artesanais deveria consistir em um fundamento das políticas de desenvolvimento rural sustentável.

Diante desta realidade, Borges (2013) realizou uma pesquisa com o objetivo de ampliar a percepção do poder público sobre a importância das feiras e dos feirantes para a cultura e a história do goianiense, com a perspectiva de influenciar na formulação de políticas voltadas à preservação e valorização desse bem cultural. Esta autora, procurou olhar as feiras como espaços que podem ser "patrimonializados", já que elas representam a permanência de aspectos da cultura tradicional popular dentro de um contexto urbano que se transforma cotidianamente, pelo excesso de cobrança que o sistema moderno e econômico impõe sobre o crescimento urbano. Reconhecer os valores culturais expressos nas feiras nos leva a conservar a memória viva de práticas socioeconômicas e culturais que fazem parte da formação do território goiano.

As feiras, em si, representam a concentração de vários saberes populares e valores culturais que são compartilhados nas redes de socialibilidade estabelecidas. É um espaço em que se dá a transmissão informal de saberes acumulados, desde a forma de plantio de alguns alimentos, a melhor maneira de conservação e condicionamento destes, as interferências na produção rural causadas pela mudança de tempo, as artimanhas e técnicas para ser um bom feirante/vendedor. O clima das feiras é contagiante, pois raramente nos deparamos com um/a agricultor/a que atende os consumidores(as) com irritação. A agricultora Leoneide recebe cada um em sua banquinha com uma degustação de bananinha chips ou uma torradinha com geléia de hibisco. Aliás, a proposta da feira é justamente propiciar a aproximação entre os(as) agricultores(as) e os consumidores(as), o destaque refere-se a boa vontade dos(as) agricultores(as) de aproximarem o público da Universidade.

Borges (2013) em sua pesquisa sobre a importância das feiras enquanto um bem cultural, apontou um problema que diz respei-

to ao aborrecimento demonstrado por muitos moradores próximos às feiras relativo ao lixo deixado nas ruas e praças quando elas são desmontadas. Na realidade, este é um problema sintomático, evidenciando a falta de projetos e atenção destinados a melhoria e valorização das feiras por parte do poder público. Esta é uma problemática que não existe na Feira Agroecológica Interinstitucional, até mesmo por sua proposta política alicerçada nos princípios da agroecologia. Nos termos na Chamada Pública, as embalagens dos alimentos e toda a forma de comercialização, devem estar de acordo com os princípios agroecológicos (em sua dimensão ética, política, social, econômica e cultural). Assim, não são entregues sacolas plásticas aos consumidores, sendo estimulado o uso de sacolas reutilizáveis.

Além disso, foi visualizada a estratégia de reduzir custos e a geração de residuos sólidos a partir da reutilização de potes de vidros. Diversos alimentos ofertados na Feira são acondicionados nesse tipo de pote, como por exemplo, compotas de doces, conservas de verduras, geleias, conservas de pimenta, pasta de pequi, etc.. As embalagens de vidro podem ser reaproveitadas 100%, baseada no emprego direto com a mesma finalidade para a qual foi originalmente concebida, sem a necessidade de tratamento, apenas higienização/esterilização. Assim, articulou-se uma "campanha de reutilização das embalagens de vidro" (Figura 3), na busca de aprimorar a consciência ambiental e estreitar laços entre produtor/a e consumidor/a, de modo que os consumidores devolvem os potes de vidro e ganham descontos em suas compras. Nesse sentido, os consumidores passaram a juntar, para as/os agricultores/as, também embalagens de ovos e caixas de papelão, contribuindo para a logística de transporte dos alimentos.

Figura 3. Banner de divulgação da Campanha de Reutilização das Embalagens de Vidro na Feira Agroecológica e consumidores compartilhando caixas de ovos e papelão

Fonte: Arquivo da Feira Agroecológica Interinstitucional, 2020.

Assim, os valores culturais existentes e articulados em torno da Feira Agroecológica a configuram enquanto lugar, materializando laços de solidariedade, de apego, auxílio e parceria. A ênfase dada ao lugar é, sobretudo, pelas peculiaridades constituintes da identidade desse agrupamento social, mantida mesmo diante a globalização dos processos econômicos e políticos (ALMEIDA et al., 2019). Aqui a cultura camponesa ocupa o coração do processo econômico que se estabelece de maneira democrática e inclusiva e, acima de tudo, provocadora de práticas da economia solidária, produzindo valor social antes de valor de mercado.

A economia solidária ou socioeconomia solidária (LISBOA, 2005), aponta para a compreensão de que a economia não é o fim supremo, mas apenas um instrumento que tem por finalidade o sustento da vida e a melhoria da condição humana. Ela cria uma alternativa à dimensão do trabalho no sistema capitalista, aproveitando-se da fragilidade gerada pelo sistema para articular novas formas de organização da produção e do consumo. Assim, pautada no uso racional dos recursos, desenvolve as forças produtivas pela eliminação de atravessadores, reposicionando a lógica da circulação por meio da atuação em rede.

Neste sentido, a Feira Agroecológica Interinstitucional, enquanto projeto de extensão universitária, não consiste em um instru-

mento isolado, não representa apenas um espaço de comercialização. Apresenta-se, sobretudo, em uma perspectiva mais ampla, constituindo-se como um elemento que articula ações vinculadas a ela que podem contribuir para novos direcionamentos para a área rural goiana. Por outro lado, gesta em seu bojo uma reflexividade crítica como processo formativo para a transformação. Isso, pois, carrega como pressuposto incondicional a existência de um espaço público democrático, que se apresenta enquanto processo para a educação e formação de tecnologias sociais voltadas ao desenvolvimento territorial, pautado por um contexto político e sociocultural contra-hegemônico.

Este projeto de extensão pode ser qualificado, então, como uma ação ecopedagógica, como proposto por Cardoso (2016):

> As ações ecopedagógicas tem como princípios metodológicos a valoração de práticas, bens e conhecimentos que reforçam estilos de vida, atividades produtivas e valores culturais promotores da autonomia das pessoas e da sustentabilidade do ambiente em que vivem (CARDOSO, 2016, p.3).

As ações ecopedagógicas estão fortemente alicerçadas em processos de ajuda mútua e troca de experiências. Apresentando-se como uma estratégia de formação, que aproxima um conjunto de atores sociais que possuem interesses complementares. Elas são, ainda, uma prática educativa para a mudança social. Assim, a Feira constitui-se como um processo formativo para as próprias famílias de agricultores. De modo que são levados a trocar experiências e refletir e sobre suas práticas no que se refere ao aprimoramento das técnicas para transição agroecológica, a qualidade da produção, custos e formação de preços, divulgação dos alimentos, acesso a mercados e relações de consumo.

Nesse sentido, consideramos extremamente importante o papel das instituições na promoção da saúde, estabelecendo redes de ar-

ticulações que criem as estruturas de oportunidades políticas[8] junto aos movimentos sociais para o fortalecimento da agroecologia (GOHN, 1997). A partir dessas articulações, os grupos camponeses têm territorializado um outro projeto de sociedade. Por meio de práticas solidárias, cooperação e autonomia produtiva, os grupos camponeses representam, tanto elemento de resistência, quanto de adaptação às relações capitalistas de produção. São eles que têm contribuído para a produção de alimentos, abastecendo os mercados locais/regionais e participado nos canais curtos de comercialização. A Feira Interinstitucional Agroecológica é, portanto, territorialidade[9] para o fortalecimento do território do campesinato.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio do desenvolvimento do presente artigo, pode-se inferir que a Feira Interinstitucional Agroecológica contribui para a construção de uma sinergia entre Universidade e sociedade, favorecendo a articulação e diálogo de saberes sobre o conhecimento agroecológico. Estes são fundamentais para efetivação dos processos de transição agroecológica, priorizando a construção do conhecimento junto aos movimentos sociais, como instrumento de empoderamento e geração de autonomia.

Ao articular um projeto de extensão universitária, com movimentos sociais de luta pela terra e comida, a Feira Agroecológica ocupa um espaço público enquanto posicionamento político. Mobilizar o espaço da Universidade Pública é simbólico, sobretudo

8 Estabelecer a conexão entre os processos organizativos desenvolvidos no âmbito dos movimentos sociais e as oportunidades estabelecidos pela configuração político-institucional em determinado contexto.

9 Conforme Raffestin (1993), as relações estabelecidas no território não se esgotam em seus limites físicos. A firma, também, que os atores ao se apropriarem dos espaços acabam por "terriorializar" os mesmos, estabelece redes para o fortalecimento do território da agricultura de base familiar e agroecológica.

ao se considerar sua função social. É importante refletir sobre as práticas que ajudam a construir a democracia e resistir diante da ofensiva do capital e da política hegemônica.

Aproximar atores urbanos de questões relacionadas à agricultura e ao campo, pode apresentar novos caminhos e possibilidades aos limites relacionados às questões alimentares. A Feira se constitui num momento em que campo e cidade dialogam; apresenta-se, portanto, como estratégia de comunicação e mobilização de valores e significados contra-hegemônicos para uma outra relação campo-cidade.

Ressalta-se também que a construção de relações de soberania alimentar, trata-se de um processo educativo dialético que precisa, necessariamente, partir do diálogo entre as diversidades e se ancorar socioterritorialmente. A Feira Interinstitucional representa uma experiência concreta, desenvolvida por organizações locais (com apoio de instituições públicas), na construção da agroecologia e sua relação com a promoção da soberania e segurança alimentar.

Acredita-se também que este projeto-ação é responsável por criar condições para a formação discente integral, capaz de articular ensino-pesquisa- extensão como forma de educar-se para um trabalho multiprofissional na sociedade, onde cada qual tem sua função e onde todos dependem dos esforços coletivos para alcançar um objetivo comum. Do outro lado, o processo educativo vivenciado pelos(as) agricultores(as) está alicerçado em suas bases socioculturais, contribuindo para o movimento de territorialização dos saberes agroecológicos. Ou seja, o projeto da Feira Interinstitucional apresenta potencial de estimular e contribuir com os processos de desenvolvimento rural sustentável, fundamentados na transição agroecológica.

Além disso, a Feira Agroecológica possui o potencial de estimular outros processos de comercialização direta, como as compras institucionais de alimentos. Também, que seu relato possa, assim,

servir de exemplo para que outros *campi* da própria Universidade também realizem suas feiras, além de estimular outras instituições a seguir este caminho. Por isso, a socialização da experiência é imprescindível, comunicar e mobilizar para agregar capital social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Maria Geralda. **Observar e entender o lugar rural***:* trilhas metodológicas. In In: MUNDIM VARGAS, M. A.; SANTOS, D; L. (Org.). Tempos e Espaços da Pesquisa Qualitativa. 1ed. Aracaju: Criação Editora, 2018.

ALMEIDA, Paula; TARDIN, José Maria; e PETERSEN, Paulo. **Conservando a Biodiversidade em ecossistemas cultivados***:* Ação comunitária na manutenção de variedades locais no Agreste da Paraíba e no Centro-Sul do Paraná. Disponível em: <http://aspta.org.br>. Acesso em 20/10/2019.

ALMEIDA, M. G. Uma leitura etnográfica do Brasil sertanejo. In: SERPA, A., org. **Espaços culturais**: vivências, imaginações e representações [online]. Salvador: EDUFBA, 2008, pp. 313-336.

ALVES Ana Claudia Lima e. A comida como patrimônio cultural. **Rev. de Economia Agrícola**, São Paulo, v. 5 8 , n. 1 , p. 7 3 - 8 6 , jan./jun. 2011.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGROECOLOGIA – ABA. **Caderno de Apoio oficina de sistematização de experiência dos núcleos de agroecologia,** 2017.

BORGES, Larissy Barbosa. **Entre sons, aromas e sabores - As feiras em Goiânia***:* história, referência cultural e hibridação entre o moderno e o tradicional. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional: Rio de Janeiro, 2013.

BATISTA, Andréia Francine. **Consciência e territorialização contra-hegemônica***:* uma análise das políticas de formação da Via Campesina na América do Sul. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014.

BRASIL. **Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional** – PNSAN. **DECRETO Nº 7.272, DE 25 DE AGOSTO DE 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/decreto/d7272.htm>**

CRUZ, Fabiana Thomé. **Governança dos sistemas alimentares***:* perspectivas e oportunidades para a soberania alimentar e nutricional sustentáveis. In PREISS, Potira, SCHNEIDER, Sergio. Sistemas alimentares no século 21: debates contemporâneos. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2019.

CASTRO, Josué. **Geografia da Fome***:* o dilema brasileiro – pão ou aço? Rio de Janeiro: Antares, 1946.

CARDOSO, Joel Henrique; SANTOS, Jaqueline Sgarbi; MEDEIROS, Fabrício Sanchez; SOUZA, Luiz Carlos da Silva. Estratégias eco-pedagógicas em processos de pesquisa-ação participativa: a experiência do projeto de sistemas agroflorestais no território da Serra dos Tapes, RS. **Anais do Congresso da Sociedade Brasileira de Sistemas de Produção**. Pelotas, RS: SBSP, 2016.

FURTADO, Ariandeny Silva de Souza. **Feira Institucional Agroecológica da Agricultura Familiar***:* uma proposta de segurança alimentar e nutricional para os servidores dos Institutos Federais do Estado de Goiás. SIASS IF Goiano/IFG, 2019.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969.

FAO – Food and Agriculture organization of the United Nation. **O estado de insegurança alimentar no mundo em 2017**. Roma, RAO, IFAD, WFP, 2017.

GAZOLLA, M.; SCHNEIDER, S. **Cadeias curtas e redes alimentares alternativas**. Ed. UFRGS, 2017.

GOHN, Maria da Glória. **Teoria dos Movimentos Sociais Paradigmas Clássicos e Contemporâneos.** Edições Loyola São Paulo: 1997.

IBGE. **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. Censo Agropecuário 2006.

LA VIA CAMPESINA. **Tlaxcala***:* Declaração da Via Campesina. Tlaxcala. Via Campesina, 1996.

LISBOA, Armando de Melo. **Economia Solidária e Autogestão***:* imprecisões e limites. RAE-Revista de Administração de Empresas, vol. 45, n. 3, 2005.

MOURA, Iracema Ferreira. **Agroecologia na agenda brasileira***:* trajetórias no período 2003-2014. UFRRJ, 2016.

MENEZES, Sônia de S. M. e CRUZ Fabiana T. Alimentos tradicionais como manifestação cultural na contemporaneidade. In: MENEZES E CRUZ. **Estreitando o diálogo entre alimentos, tradição, cultura e consumo**. São Cristóvão: EDUFS, 2017, p.24-45.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Alimentos Identitários*:* uma reflexão para além da cultura. **Geonordeste**, Ano XXIV, n.2, 2013.

MENDONÇA, M.R. Experiências agroecológicas em Goiás*:* o cultivo de sementes crioulas como estratégia de reprodução camponesa. In: MEN-

DONÇA, M.R.(org). **Agroecologia**: práticas e saberes. 2 ed. Catalão: Gráfica Modelo, 2012, p.39-58

MITIDIERO, Marco Antônio. BARBOSA, Humberto Junior Neves. SÁ, Thiago Hérick. Quem Produz Comida para os brasileiros? 10 anos do Censo Agropecuário 2006. **Revista Pegada –** vol. 18 n.3 7 Setembro-Dezembro/2017.

PELICIONI, M. C. F. Promoção da saúde e meio ambiente: uma trajetória técnica-política. In: PHILIPPI JUNIOR|,.A.; PELICIONI, M. C. F. (Org). **Educação ambiental e sustentabilidade**. São Paulo: Manole, 2005.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder**. Ed. Tradução: Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

SAUER, Sérgio. BALTESTRO, Moisés. **Agroecologia e os desafios da transição agroecológica.** São Paulo: Expressão Popular, 2013

STEDILE, João Pedro. CARVALHO, Horácio Martins de. **Soberanía alimentar: uma necessidade dos povos.** América Latina em Movimento, 2011.

SANTILLI, Juliana. A Agrobiodiversidade e os Direitos dos(as) agricultores(as) Tradicionais. IN **Povos Indígenas no Brasil**, ISA: 2001 a 2005. São Paulo: Peirópolis, 2009.

VERANO, Thiago de Carvalho. **Feiras Municipais como Alternativa de Comercialização para Agricultores Familiares**. Dissertação. Universidade Federal de Goiás: Goiânia, 2019.

WALTER, Pierre. **Theorising community gardens as pedagogical sites in the food movement**. Environmental Education Research, 19: 4, 521-539, 2013.

FEIRA DE JUTI (MS): RETERRITORIALIZANDO SEMENTES, CULTIVANDO A VIDA

AUTORES

ADRIANO CARVALHO MARTINS
adrianocarvalhomartins@gmail.com

ALZIRA SALETE MENEGAT
alziramenegat@ufgd.edu.br

JONES DARI GOETTERT
jonesdari@ufgd.edu.br

INTRODUÇÃO

Este artigo tem como objetivo compreender o locus do evento Feira de Sementes Nativas e Crioulas e Produtos Agroecológicos, com edições anuais desde o ano de 2005, organizada no município de Juti (a 310 quilômetros ao sul de Campo Grande, Mato Grosso do Sul)[1], trazendo à cena o tema das sementes crioulas. Para isso, faremos a leitura dos cartazes de divulgação de cada edição do evento, analisando os temas, a rede de parcerias e sociabilidades criadas no âmbito da feira, que visam o intercâmbio de saberes e o encaminhamento de pauta que a constitui: a reterritorialização de espécies de sementes crioulas e de práticas tradicionais de produção, associadas ao incentivo da troca de sementes, favorecendo sua propagação como os elos que configuram autonomia no saber-fazer dos pequenos produtores participantes da feira – parte significativa de pessoas dos assentamentos rurais e das comunidades indígenas do sul do estado.

Realizada anualmente, a Feira de Juti transcorre numa dinâmica territorial/regional fortemente marcada pelo latifúndio com produção exportadora. É um evento relevante para os assentados e demais agricultores familiares sul-mato-grossenses e das comunidades indígenas, que procuram reterritorializar e trocar sementes de variedades diversas. Parte das sementes deixou de ser cultivada devido à imposição do pacote de mercado, o qual controla a comercialização de sementes sobretudo às geneticamente modificadas, objetivando cada vez mais a rentabilidade na produção e, assim, desconsiderando tanto aspectos voltados às características nutricionais e à resistência natural a pragas e doenças como às características geográficas biofísicas,

1 No percurso desses mais de 15 anos de feira, o evento foi sendo chamado de "Feira de Juti", o que passamos a utilizar também neste texto.

como vegetação nativa (entre Mata Atlântica e Cerrado), solos e hidrografia[2].

A Feira de Juti reúne um público e um conjunto de experiências heterogêneas, majoritariamente de pequenos produtores de alimentos em áreas de assentamentos rurais e de sítios de colonização e comunidades indígenas, bem como de estudiosos que contribuem com o evento, formando uma rede de sujeitos com o objetivo de reterritorializar a promoção de sementes crioulas, tradicionalmente utilizadas na pequena produção.

O local do evento nos leva a refletir, mediante a análise processual geohistórica e teórica, um contraespaço[3] à expansão global do capitalismo ocidental como meio de transformar os sujeitos em objetos passivos de sua própria geografia, através de relações econômicas tendentes a homogeneizar as diversas práticas e formas de ver o mundo, e a partir da imposição de uma perspectiva racionalizada dominante de exploração dos recursos naturais. Desse modo, a Feira de Juti aponta que os homens e as mulheres são sujeitos de suas próprias geografias (e histórias) e atuam de maneira a produzirem resistências. Obviamente nem toda resistência produz a ruptura com a ordem, mas acreditamos que seja nesse tipo de experiência, efetiva e afetiva, que podemos encontrar caminhos possíveis para a ação política e a transformação da sociedade, es-

2 A localização de Juti é, de certa forma, estratégica: situada no centro do Cone Sul do estado, está a 100 km equidistante de Dourados, ao norte (município com maior densidade de [agro]negócios, de capital, mas também com a maior população indígena em um único local – Reserva Indígena de Dourados – com mais de 15 mil pessoas), do rio Paraná, a leste (o limite com o estado do Paraná, origem de parte importante das famílias camponesas-colonas desta porção do MS), e da fronteira com o Paraguai, a oeste e ao sul, com quem há trocas importantes econômica, social e cultural, simbólicas e materiais, inclusive de sementes nativas.

3 A ideia, provocadora e transgressora, é de Ruy Moreira (2014).

pecialmente porque acreditamos que se torna extremamente necessário a construção de alternativas à sociedade capitalista.[4]

Na programação das edições da feira são desenvolvidas oficinas e palestras sobre temas diversos, envoltos à produção de alimentos e onde especialmente acontecem as trocas de sementes crioulas, de diversas variedades. Dessa forma, a Feira de Juti se constitui por um processo amplo, manifestado nos dias atuais como expressão agroecológica como produção orgânica[5]. Esse movimento tem alcançado destaque justamente pela crítica ao modelo desenvolvido pela "revolução verde"[6], e se expande como um modelo produtivo sustentável[7].

4 Sobretudo, quando presenciamos as inúmeras barbáries nascidas do cerne do sistema capitalista de produção, dentre elas a criminalização dos movimentos sociais, a diminuição das políticas sociais e a intensificação da violência contra pequenos produtores, assim como as formas de dominação e exploração semelhantes àquelas exercidas no século XV, que Marx descreve como o período de acumulação primitiva. Mas que, também, precisamos atentar com a análise de Federici (2017), ao destacar a intensa e profunda atuação das mulheres – e a perseguição, violência e morte sofridas – como contraponto àquela lógica de dominação e exploração se ia desterritorializando mulheres e homens da terra, primeiro na Europa ocidental e depois junto à expansão capitalista no mundo inteiro. O destaque às mulheres é também aqui crucial, porque é com elas, por elas, que uma ética do cuidado se faz e se territorializa aqui e ali, em especial no que ainda está por nascer (como sementes) e no que precisa, nascido, ser cuidado (filhas, filhos, plantas, hortas etc.).

5 A Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica se caracteriza como um tipo de produção que busca otimizar a integração entre capacidade produtiva, uso e conservação da biodiversidade e dos demais recursos naturais, equilíbrio ecológico, eficiência econômica e justiça social (BRASIL, 2013).

6 Segundo Gooldman, Sorj e Wilkson (2008, p. 38-39), a "revolução verde" "[...] representa um dos principais esforços para internacionalizar o processo de apropriacionismo. A realização científica decisiva foi a difusão das técnicas de criação de plantas, desenvolvidas na agricultura de clima temperado, para o meio ambiente das regiões tropicais e subtropicais. Entretanto, a força que impulsionou este processo se manteve inalterada: controlar e modificar os elementos do processo biológico de produção que determinam o rendimento, a estrutura da planta, a maturação, a absorção de nutrientes e a compatibilidade com os insumos produzidos industrialmente."

7 A legislação brasileira entende a semente crioula como uma variedade desenvolvida, adaptada ou produzida por agricultores familiares, assentados da reforma agrária ou indígenas, apresentando características fenotípicas bem determinadas e reconhecidas pelas respectivas comunidades. O Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA) considera também os descritores socioculturais e ambientais na classificação das sementes crioulas, visto que não se caracterizam como substancialmente semelhantes àquelas das cultivares comerciais (BRASIL, 2003).

A Feira de Juti foi criada nesse contexto e esses aspectos estão nela assegurados, sendo organizada a partir das necessidades dos assentados da reforma agrária e de grupos das comunidades indígenas, contando com os mediadores da Comissão Pastoral da Terra (CPT), em seu princípio, construindo um espaço para troca de saberes e de sementes. Por isso, consideramos a Feira como um espaço de resistências, porque nela ocorre a promoção da autonomia dos *pequenos*, na valorização de seus saberes e fazeres e, especialmente, das forças para continuarem na produção de alimentos mesmo diante de cenários nada propícios para a pequena produção.

Para a organização deste artigo, estruturamos o mesmo em três partes: na primeira, apresentamos uma reflexão sobre o papel das feiras, um espaço de autonomia de saberes e fazeres; na segunda parte, analisaremos o histórico do lugar onde acontece a feira, marcado por disputas, hegemonias e contra-hegemonias; e, na terceira parte, realizamos uma leitura dos cartazes de cada edição da feira, procurando destacar a rede tecida em sua organização e seus diferentes sujeitos, o que vem garantindo a longevidade e a periodicidade do evento.

O tema do artigo nos parece necessário e desafiador para o contexto social nos dias atuais, sobretudo pela escassez de alimentos em virtude do controle e da distribuição dos alimentos, e não pela falta de produção. Esse controle ocorre também com o tipo de alimento que é atualmente produzido, que associa mudança genética a altos índices de inseticidas e fungicidas, promovendo consequências na saúde dos consumidores, tanto nas pessoas como nos animais, bem como no meio ambiente em que ocorre a produção.

AS FEIRAS E AS SEMENTES CRIOULAS: ELOS DE SABERES E TERRITÓRIOS TRADICIONAIS

A racionalidade para o aumento da produtividade tornou-se o caminho do processo de territorialização capitalista, em qualquer

lugar, medida adotada pela agricultura convencional, mantendo como base – nas últimas décadas – a compra periódica de sementes geneticamente modificadas. Assim, quem planta se vê amarrado a essa lógica e a cada plantio passa a comprar novas sementes e todo o pacote que a acompanha, como agrotóxicos, adubos e insumos necessários para produção da semente híbrida. Todos esses elementos tendem a aumentar os custos da produção e requerem um enorme volume de capital investido, que, na maioria das vezes, é adquirido através de financiamentos bancários, aspectos que dificultam a produção nos moldes tradicionais, sobretudo, para os pequenos agricultores e comunidades indígenas. Esse modelo de produção se torna possível para os grandes produtores que detêm capital suficiente para arcar com os custos e possíveis prejuízos e possuem capacidade de requerer incentivos, empréstimos e subsidio estatal.

Além disso, como as sementes necessitam ser compradas a cada cultivo, as grandes empresas e mesmo conglomerados do "Complexo agroindustrial" (MÜLLER, 1989) negam a autonomia produtiva e inserem o produtor em uma relação de dependência. O fato de a semente ser híbrida ou geneticamente modificada inibe sua reutilização e multiplicação, submetendo até mesmo o produtor a possíveis sanções legais. As empresas transnacionais[8] que atuam e detêm fatias significativas do mercado em sementes e demais produtos da agricultura convencionais, mantêm como política de comercialização e de contratos que o agricultor, ao adquirir as sementes, assina. O termo assinado compromete o produtor a não reter sementes ou entregá-las a outras pessoas. Essa forma de ad-

8 Em 2013, Monsanto, Syngenta, DuPont, Dow Agrosciences, Bayer, Basf, que eram as seis maiores corporações de produção de químicos, controlavam 75% do mercado mundial de agroquímicos e 63% do mercado mundial de sementes. Além disso, 75% de toda a investigação e desenvolvimento (I&D) no setor privado sobre cultivos (MAYER e GREENBERG, 2017, p. 76). Cabe destacar que, no ano de 2017, ocorreu a fusão entre Dow e DuPont e, em 2018, a Monsanto foi adquirida pela Bayer.

quirir sementes tende a inserir o agricultor em um sistema de dependência com essas empresas, o que não ocorre com a utilização de sementes histórica e *nativamente* selecionadas e preservadas pelo próprio agricultor (CARVALHO, 2003, p. 123).

As sementes, fruto da manipulação genética, tornaram-se um produto comercial patenteado, sujeito às mesmas normas que outros bens de comércio, devendo ser adquiridas a cada ciclo, pois não podem ser guardadas, trocadas ou conservadas pelos agricultores, sob pena de violar a propriedade intelectual daquele que as desenvolveu, e, se assim o fizer, pode sofrer ações judiciais (ELSTE, 2017). Dessa forma, o mercado cria sólidos mecanismos de dependência entre ele e os agricultores através de leis de propriedade intelectual das sementes, o que impede os produtores rurais de plantarem livremente as sementes a cada ciclo, pois devem adquiri-las novamente[9]. No entanto, essa lógica de modificação genética, principalmente com os transgênicos, levanta, nos dias atuais, diversas polêmicas e tem suscitado debate entre grupos favoráveis e contrários ao seu plantio. Nesse bojo, o uso de sementes crioulas vem sendo ressignificado e reterritorializado em termos sociais, numa aceitação e adoção ou preservação.

A semente crioula tem uma importância significativa para os pequenos produtores, fazendo parte de suas práticas e de seus conhecimentos tradicionais. O ato de guardar sementes combina-se, ainda, com saberes quanto ao armazenamento, ao período de plantio, de colheita, de preservação e seleção das sementes para futuras semeaduras, conseguindo garantir a reprodução das lavouras.

9 Essa dependência foi consagrada na nova fase da "modernização da agricultura", iniciada na década de 1960, que atingiu seu auge na década de 1990. Com isso, além de aprovar a liberação dos organismos geneticamente modificados, recebeu a proteção internacional através de acordos multilaterais de natureza jurídico e comercial, inaugurando um período de ampliação da dominação das empresas criadas no decorrer da Revolução Verde (WILKINSON; CASTELLI, 2000).

A seleção e o armazenamento das sementes são um processo importante, pois garantem a reprodução de forma mais produtiva. É uma prática histórica e partir dela se desenvolveu grande parte das variedades que temos hoje. Risso (2017) destaca o importante papel das mulheres no início desse processo, as guardadoras e propagadoras de saberes tradicionais:

> Com o início da agricultura, os seres humanos, especialmente as mulheres, começaram a selecionar as plantas de acordo com as características que mais lhes agradavam; frutos e sementes maiores, sabor agradável, época de colheita, ciclo da planta, etc. Esse processo de domesticação fez com que as plantas que consumimos para nossa alimentação passassem a depender do ser humano para sua continuidade de reprodução. As variedades de plantas que chegaram até os dias atuais na agricultura são resultado não apenas do meio ambiente, mas também de todo um conhecimento e prática milenar das mulheres e homens em seu melhoramento natural. A domesticação das plantas resultou numa grande diversidade de variedades. Nesse desenvolvimento, grande parte se deve a observação das mulheres por um caráter cultural, foram as protagonistas desse grande avanço que a humanidade pode desfrutar. Compreendemos os processos de produção como elementos culturais e coletivos, esse como forma de impulsionar as várias culturas existentes no desenvolvimento da sociedade. (RISSO, 2017, p. 26).

As sementes crioulas configuram-se como um elemento essencial de resistências e permanências na terra. O manejo sustentável do solo por meio da agroecologia tem feito os agricultores apropriarem-se dos conhecimentos que pareciam perdidos. Ao mesmo tempo, tem funcionado como uma ferramenta política importante para aglutinar suas pautas em nome de um projeto de desenvolvimento. Nessa proposta, os pequenos, em especial aqueles ligados aos movimentos sociais, estão passando por um processo de transição

e *reaprendendo* a cuidar da terra. Ainda que cada família, comunidade e povo dominem determinados conhecimentos e detenha saberes sobre sementes, que são parte de sua cultura e tradição, a troca tem sido um elemento que, além de ocorrer por circunstâncias práticas e materiais, ocorre por meio de aspectos religiosos e culturais, fortalecendo o ato da troca.

A troca de sementes não é parte do passado. A troca vem se manifestado nos dias atuais ainda que associado às dificuldades, como, por exemplo, as mudanças impostas pelo avanço da agricultura industrial, química e mecanizada. Sob orientação agroexportadora imposta à economia dos países emergentes, da concentração da terra e da consequente expropriação das terras dos pequenos produtores, essas imposições intentam aniquilar referenciais culturais envoltos às práticas de guardar sementes (CARVALHO, 2003).

Desse modo, os movimentos sociais do campo têm adotado e promovido o debate através das jornadas de luta, jornadas de agroecologia, seminários, feiras, construção de bancos de sementes, entre outros. Estes espaços são como meios para ressignificar e reterritorializar práticas que ainda estão presentes nas memórias de antigos guardiões de sementes. Nesse contexto, são criadas as feiras de sementes crioulas que, no caso de Mato Grosso do Sul, passaram a congregar diversos atores e atrizes, com diferentes objetivos. Por meio desses eventos, reforçam e/ou retomam o plantio de espécies vegetais que estavam sendo esquecidas ou perdidas, aprimorando as técnicas tradicionais.

As feiras são uma tradicional forma de comércio e trocas, cada qual com as suas características específicas. Por isso, identificar a sua origem é seguramente se perder em um passado distante. Mesmo que nos anos de 1960, com a consolidação da indústria agroalimentar – alavancada pela internacionalização do capital e liberalização dos mercados – tenha havido diminuição do papel exercido pelas feiras, ainda hoje elas têm importante dimensão econômica

e social, especialmente, para os pequenos agricultores[10]. As feiras representam um espaço socioeconômico e cultural, dinâmico e diversificado. Em relação aos estudos sobre as feiras, Godoy e Anjos (2007, p. 364) destacam que:

> Apesar da importância socioeconômica das feiras, raros são os trabalhos de pesquisa nesta área, e quando existem na maioria das vezes possuem um caráter estritamente mercadológico, perdendo de vista os aspectos econômicos, sociais, culturais e ambientais. Porém o que se percebe é que a feira se configura um espaço de trocas econômicas e de sociabilidade entre produtores e consumidores sem perder de vista o aspecto político, que representa para uma parte da população preocupada em adotar um novo sistema de produção e consumo, como o caso específico das feiras agroecológicas.

As feiras são compostas por uma complexa teia de relações que representam um diversificado conjunto de ocupações, fluxos, mercadorias e relações sociais. Também promovem o desenvolvimento econômico e social, fomentando a economia das pequenas cidades. Quanto menor o município, mais importante é o espaço da feira para o seu desenvolvimento local, pois garante a comercialização de produtos da agricultura familiar do lugar. Além disso, a feira não é apenas um espaço de compra e venda de mercadorias,

10 É importante observar que a persistência de feiras populares, sobretudo às de origem rural, também são contrapostas – e muitas até sufocadas ou mesmo desaparecidas –, com o avanço da "nova" grande agricultura e pecuária mercantil a partir dos anos 1960-70 (o que passou-se a definir, mais recentemente, de agronegócio), que cria suas próprias "feiras", chamadas de "exposições". São exemplos, na região Centro Oeste, as exposições do agronegócio de Dourados e Rondonópolis, com periodicidade praticamente anual e que ocorrem em seus respectivos Parques de Exposição. Nessas exposições, máquinas, equipamentos, animais, produtos e sementes ocupam lugar ao lado e junto de grandes shows musicais (geralmente com o que vem sendo definido por "novo sertanejo") e rodeios. Uma observação também importante é que tais exposições têm como entidade organizativa central os Sindicatos Rurais (patronais), mas com participação não menos expressiva de governos municipais e estaduais, dentre outros.

mas também de encontros e lazer. Trata-se de um local onde as pessoas se encontram, trocam informações, e no caso específico da Feira de Juti também trocam sementes, fazem articulações políticas ou simplesmente compartilham experiências. Nela, os feirantes expõem seus produtos agroecológicos, gerados a partir do seu próprio trabalho, criando canais de interação direta entre produtores com variedade de produtos agroecológicos e sementes, que na feira se concentram e se reterritorializam em um mesmo lugar.

O LUGAR DA FEIRA DE JUTI

A feira de sementes nativas e crioulas acontece anualmente no município de Juti (Figura 01), que compõe a região da Grande Dourados, uma região que, se considerada a divisão utilizada pelo programa de desenvolvimento territorial Territórios da Cidadania, do Governo Federal, é composta por 12 municípios, sendo eles: Dourados, Rio Brilhante, Itaporã, Caarapó, Glória de Dourados, Jatei, Fátima do Sul, Deodápolis, Douradina, Vicentina, Juti e Nova Alvorada do Sul.

A ocupação do território que hoje compreende Juti, destacado no mapa, se considerado a lógica do mercado,[11] deu-se a partir do final do século XIX com a atuação da Companhia Matte Laranjeira na região. Essa companhia possuía a autorização para explorar a erva-mate em grande parte da região que hoje compreende o sul do estado de Mato Grosso do Sul (à época, o extremo sul do estado de Mato Grosso).

11 Na região, anterior à atuação da Matte Laranjeira, viviam comunidades indígenas, que ainda ocupam a área, mas atualmente em aldeias, que envolvem pequena área da região, demarcadas pelo Governo Federal.

Figura 1 – Município de Juti (MS)

Fonte: Adaptado de Wikipédia, 2020[12].

Em muitas dessas áreas existiam territórios dos Guarani e Kaiowá, que foram gradativamente expulsos e confinados em reservas à medida que ocorria a reocupação dessas áreas. Um dos pontos importantes de povoamento efetivou-se a partir do esgotamento dos ervais na região do município de Porto Murtinho, migrando a exploração para Juti.[13]

A Companhia Matte Laranjeira, que manteve a concessão de exploração dos ervais nativos na região por quatro décadas – desde o

12 Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:MatoGrossodoSul_MesoMicroMunicip.svg Acesso em: 26/02/2020.

13 Em Juti, é possível encontrar antigas construções no Porto Felicidade, localizado abaixo dos Saltos Pirapó e Itú. São construções que eram utilizadas para embarcar a produção ervateira, que seguia para a Argentina (NASCIMENTO e SANTOS et al., 2013). A atuação da Companhia influenciou a vida dos povos indígenas que viviam no Sul do então estado de Mato Grosso. Os indígenas foram utilizados como mão de obra na colheita e preparação da erva-mate. Nesse mesmo período, ocorreu a criação de Reservas Indígenas.

final da última década do século XIX até início da década de 1940 –, detinha um grande poder político. No período do governo Vargas (1930 – 1945), houve a ação para desestruturar o poder da Cia Matte Laranjeira, proporcionada por políticas de Estado especialmente no que se chamou de "Marcha para o Oeste". Por meio dessa política, o governo visou a intensificar a ocupação populacional nas áreas brasileiras que se apresentavam fragilizadas nos limites geográficos, como o era o caso da fronteira Brasil/Paraguai. A Marcha para o Oeste incentivou a migração de pessoas para a região. Como incentivo de migração, o Governo Federal criou a Colônia Agrícola Nacional de Dourados (CAND), iniciada a partir do discurso de nacionalização das fronteiras, o que viabilizou um novo repovoamento da região com a distribuição de terra e o assentamento de colonos.

O assentamento dos migrantes na área da CAND não foi totalmente efetivo, considerando que não se propôs políticas favorecedoras do processo produtivo e da permanência dessas pessoas em suas propriedades. É importante considerar que a quantidade de terras recebida não foi suficiente para incluir todos, fazendo com que muitos filhos de colonos se inserissem na luta pela terra, como é apresentado no estudo de Nascimento et al. (2013) ao citar histórias de assentados da reforma agrária em Juti, que são filhos de antigos colonos da CAND.[14]

Assim, no ano de 1984 alcançam maior expressão as primeiras organizações de sem-terras, com a ocupação da fazenda Santa Idalina, onde foi criado o assentamento Novo Horizonte (atualmente município de Novo Horizonte do Sul), o qual assentou a maioria

14 A CAND, bem como as demais colônias, criadas no antigo Mato Grosso, não foi suficiente para atender à quantidade de pessoas excluídas do campo brasileiro devido à concentração de terras, associada à tecnificação da produção, que foi colocando no campo máquinas em lugar de pessoas, como apontado anteriormente. Com isso, nos primeiros anos da década de 1980, o movimento de pessoas reivindicando terras para viver cresceu.

de brasiguaios[15] que retornavam ao Brasil, movidos pela possibilidade da reforma agrária. Ocupada com mais de mil famílias, é considerada a primeira grande ocupação de terras de Mato Grosso do Sul, e também a primeira organização de acampamentos acompanhados pela Comissão Pastoral da Terra (CPT). Logo depois entra em cena o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST) e na sequência a ampliação da rede de movimentos sociais rurais e federações, envoltos ao processo de reforma agrária, dentre os quais a Federação dos trabalhadores na agricultura (FETRAGRI), a Central Única dos Trabalhadores (CUT Departamento Rural) e a Federação dos(as) Trabalhadores(as) na Agricultura Familiar (FAF). Segundo Borges e Kudlavicz (2008), com a ocupação da fazenda Santa Idalina, os agentes da CPT passaram a acompanhar os ocupantes nos acampamentos, inclusive, posteriormente sendo assentados junto com eles, passando a desenvolver ações dentro dos assentamentos. A região de Juti participou desse processo de organização dos trabalhadores sem-terra, conforme discorrem Nascimento e Santos *et al.* (2013, p. 38-39):

> O município de Juti não ficou fora do processo de organização dos agricultores familiares sem terras. Estes, por meio dos diversos movimentos que se organizaram, como no caso do primeiro assentamento - Sebastião Rosa da Paz (antiga fazenda São João), com o início do acampamento no ano de 1998 e havendo a desapropriação da área no ano de 2001, quando foram assentadas 51 famílias, sendo nove famílias no município de Juti e 42 no município de Amambai. [...] No ano de 2002, foi criado no município de Amambai o assentamento Guanabara, onde foram assentadas 98 famílias. Essas famílias têm um sentimento de pertença ao município de

15 Brasiguaios é a denominação atribuída aos brasileiros que saíram do Brasil, nas décadas de 1960/70, em busca de melhores condições no Paraguai. A esse respeito, ver o estudo de Sprandel (1992).

> Juti, uma vez que todas têm vida social neste município, pois se encontram a 16 km do mesmo e a 90 Km de Amambai. A distância torna inviável aos assentados irem até Amambai para qualquer necessidade. [...] Por fim, temos no município de Juti, no ano de 2004, o reassentamento de 51 famílias que foram, na época da CAND, assentadas em terras indígenas, as quais, depois de muitos anos de conflitos, foram retomadas pelos índios. O Governo reassentou essas famílias no município de Juti e com o restante da área, assentou mais 80 famílias. Esse assentamento foi denominado de Padre Adriano Van de Vem. O assentamento conta com uma história de pessoas que passaram mais de sete anos acampadas, saindo de Sete Quedas, vindo para Juti. (NASCIMENTO, SANTOS, *et al.*, 2013, p. 38-39).

Conforme os autores, experiências de reforma agrária em Juti tiveram início nos últimos anos do século XX, com maior ênfase nos primeiros anos de 2000, assentando famílias sem-terra que passaram a ampliar a produção familiar no município. A atuação da CPT foi fundamental, e isso é apontado até mesmo na denominação de um dos assentamentos que leva o nome do Padre Adriano, atuante na luta pela terra e ligado à CPT.

A CPT atuou no apoio para a fixação dos sem-terra, e com o passar dos anos mudou as estratégias, afastando-se das ações de acampamentos e ocupações e fortalecendo sua atuação na luta tanto pela e na terra, com o objetivo de "fortalecer a luta pela fixação do homem no campo e apoiar e acompanhar os trabalhadores assentados para a melhoria de vida e fortalecimento do senso comunitário" (BORGES E KUDLAVICZ, 2008, p. 99 apud CPT, 1998, p. 1). A CPT mudou sua orientação pastoral de enfrentamento para uma ação pastoral, que Borges e Kudlanicz (2008) chamaram de "prática das negociações". Isso se deu em virtude das diretrizes eclesiais do vaticano, direcionando a "luta pela terra" para a "luta na terra", dedicando-se às pessoas já assentadas. A partir desse contexto, a

CPT também passou a se preocupar em organizar os assentados "para resistirem ao modelo agrícola neoliberal, partindo para uma alternativa de produção fundada nos sistemas da agroecologia e da diversificação da produção das pequenas propriedades" (BORGES e KUDLAVICZ, 2008, p. 108).

A atuação da CTP, na região de Juti, efetivou-se por meio de trabalhos pastorais da Irmã Lucinda[16] nos assentamentos e nas comunidades indígenas principalmente o trabalho com grupos de mulheres. A Irmã Lucinda foi uma das fundadoras da Comissão Pastoral da Terra em Mato Grosso do Sul.

A Comissão desenvolve ainda atualmente desenvolve ações que visam a melhoria das condições dos povos do campo, estimulando processo de produção com ênfase nos saberes tradicionais, trocando sementes e mudas e, assim, viabilizando a produção. Nesse contexto de fomentar a produção local, um grupo de assentados e assentadas da região sul de Mato Grosso do Sul, juntamente com a CPT, reuniu-se, em 2004, para iniciar uma discussão sobre os desafios da pequena produção e da importância no uso das sementes crioulas-nativas. Foi dessa reunião que decidiram criar uma feira que promovesse a troca das sementes e também de experiências através de cursos e oficinas. Entre os assentamentos onde a irmã Lucinda desenvolvia projetos, criou-se um processo de articulação e discussão, levando à organização das famílias que buscavam os mesmos objetivos.

OS TEMAS QUE CONSTITUEM AS EDIÇÕES DA FEIRA DE JUTI

A primeira edição da Feira de Juti ocorreu no ano de 2005, no dia 28 de julho, na quadra de esportes da Escola Municipal Doraci

16 Natural de São Sebastião do Cai (RS), nasceu em 16 de novembro de 1942 e tornou-se missionária da Congregação das Irmãs de São José de Chambéry do Brasil. A irmã Lucinda faleceu aos 70 anos de idade, vítima de acidente automobilístico, na BR-163 em Juti, MS, no ano de 2013.

de Freitas Fernandes, com o nome de 1ª Feira de Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos. Tratou-se de uma edição tímida, utilizando as carteiras da escola como mesa e, segundo o *site* de divulgação do evento, contou com a participação de cerca de 250 pessoas. Os cartazes de divulgação de cada edição da feira nos permitem ter uma noção da transmutação que a feira sofreu ao longo de suas edições.

Figura 2 – Cartaz de divulgação da primeira feira, em 2005

Fonte: 1ª Feira de Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos (2005)

Ao observarmos o cartaz de divulgação (Figura 02) da primeira feira, podemos perceber que o aspecto sagrado está presente quando lemos: "Só após a última árvore ser cortada. Só após o último rio ser envenenado. Só após o último peixe ser pescado. Só então o homem descobrirá que dinheiro não pode ser comido". O pensamento expresso no cartaz direciona-se a convidar as pessoas do município a participarem da feira. Nele observamos a importância atribuída à preservação do meio ambiente e aos recursos naturais, em contraposição ao caráter simplesmente quantitativo do dinhei-

ro. Destaca também que o dinheiro em si não pode satisfazer nossas necessidades, mas um intermediário nos possibilita supri-las. Nesse sentido, quando os meios pelos quais conseguimos nosso alimento deixarem de existir, o dinheiro se mostrará inútil. A frase expressa no cartaz é atribuída a uma tribo indígena americana ("Profecia Crer, Tribo Indígena Americana").

Pelo cartaz, percebemos que, naquele momento, a feira já contava com apoio da Prefeitura Municipal de Juti e da Federação da Agricultura Familiar de Mato Grosso do Sul (FAF-MS). A feira apresentava como objetivo a promoção do intercâmbio de sementes e de saberes entre agricultores familiares de assentamentos da região.

Ainda, não nos parece menos significativo que o "fundo" do cartaz apresente uma azulada imagem de cachoeiras em rios que atravessam o município de Juti, como a dizer também que todo mesquinho ato humano é inútil frente à *natureza* do mundo – e à uma sua *geografia mítica* correspondente – que se quer e se procura sempre acolhedora das árvores, dos rios, dos peixes e – também – dos *homens*. Ali, a imagem exibe abundantes quedas de águas, elemento precioso para a religiosidade, visto que sem água não existe vida plena. Assim, a ênfase está na natureza, estabelecendo relação entre a produção, os saberes tradicionais configurados nas sementes e o respeito com a natureza pelo viés das águas, num apelo para a conservação do que essa natureza oferece; no caso da água, sabemos que nas últimas décadas vem se acirrando as disputas por este bem em todos os cantos do planeta. No caso de Juti, existem o Salto Itu e o Salto Pirapó (rio Amambai), lugares que podem ter inspirado a organização do evento quando da elaboração do cartaz. Importa ressaltar que a CPT guia suas ações pela defesa de valores envoltos à relação pessoa-meio ambiente, correlacionando ambos aos referenciais bíblicos, à religiosidade. Nesse bojo, a terra assume a dimensão de Terra Mãe, aquela que dá de comer e beber aos que dela cuidam.

A segunda edição da feira ocorreu nos dias 15 e 16 de julho de 2006, dando continuidade à temática das sementes crioulas e produtos orgânicos, como podemos observar no cartaz a seguir (Figura 3).

Figura 3 – Cartaz de divulgação da 2ª Feira, em 2006.

Fonte: 2ª Feira Estadual das Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos (2006)

Podemos observar que há uma mudança no nome da Feira em relação a sua primeira edição, agora é apresentada com o nome de 2ª Feira Estadual de Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos, com destaque para a dimensão escalar, agora "estadual". Na representação visual das imagens, o cartaz traz uma mão segurando sementes de feijão, além de sacos com sementes de leguminosas, frutas e legumes, e a mão de um agricultor, de agricultura familiar, cercado pela produção de algumas variedades alimentícias.

Podemos observar que da primeira edição para a segunda, há uma mudança no sentido da feira por meio dos cartazes de divulgação (Figuras 2 e 3). Se na primeira edição a feira trazia uma frase de incentivo a comportamentos coletivos e solidários, com o objetivo de chamar a atenção para a relação destrutiva da ação humana sobre o *meio natural*, o cartaz da segunda edição passa a colocar a ênfase não na preservação de uma "natureza intocada", mas em

formas de produzir que possam corrigir essa relação sobre o meio ambiente. Procura-se, assim, fazer do agricultor familiar o sujeito social de construção de um novo modo de relação entre sociedade e natureza, com o lema: "É a agricultura familiar alimentando saudavelmente o Brasil".

O ano de 2006 também é paradigmático para a agricultura familiar, porque nele foi promulgada a Lei nº 11.326, de 24/07/2006, que forneceu o marco legal da agricultura familiar[17], permitindo a sua inserção nas estatísticas oficiais. Dentre essas estatísticas, podemos citar o Censo Agropecuário de 2006, o qual incluiu a agricultura familiar como uma categoria de pesquisa.

Outro aspecto a destacar com a segunda versão da feira refere-se à ampliação de parcerias. Podemos perceber pelo cartaz a participação de instituições diversas e que não estiveram presentes na primeira edição, dentre elas a EMBRAPA, MDA, CONAB, SDA e IDATERRA. Aparecem, ainda, representações políticas como o deputado estadual Pedro Kemp (Partido dos Trabalhadores – PT) e também uma empresa de propaganda, "Iris Comunicação e Arte". Além dessas, notamos novamente o apoio da CPT e uma nova parceria com a FAF-MS na realização do evento. Outro aspecto que cabe destaque no cartaz da 2º feira é o fato de que, naquele evento, a CPT, que coordenava a edição com a atuação da Irmã Lucinda, estava comemorando 30 anos de ações junto

17 Essa foi uma categoria adotada pelo Governo Federal, a partir de pesquisas acadêmicas, especialmente, estudos de Abramovay (1992), Veiga (1991), que em anos anteriores haviam desenvolvido investigações sobre as relações na produção, dos pequenos produtores. Nelas os autores observaram que a produção dos pequenos se dava a partir do envolvimento da mão de obra familiar, nomeando-os de agricultores familiares. Esse termo passou a compor as políticas de fomento direcionadas aos pequenos produtores, sendo configurada como categoria também na acadêmica. No entanto, isso não significa dizer que todos os intelectuais nela se reconheçam nem mesmo os pequenos produtores. A esse respeito, ver as diversas produções acadêmicas que apresentam esse debate, dentre elas citamos: Shanin (2005), Wanderley (2001; 2003).

às famílias assentadas, quilombolas e de comunidades indígenas da região.

Se comparar a segunda versão com a primeira, veremos diferenças. Na primeira, as parcerias eram de âmbito local, envolvendo assentados, comunidades indígenas e Prefeitura Municipal, fazendo com que o evento fosse acontecendo, digamos, meios que "no improviso". A partir da segunda edição podemos observar que a feira passou de algo "pequenininho" e "simples" para algo mais grandioso. Essa edição traz à cena figuras do âmbito político e também de diversas instituições públicas, o que certamente fez complexificar a organização com outros sujeitos e outras instituições e entidades.

A 3ª edição da Feira integrou a Semana da Agricultura Familiar do Mato Grosso do Sul, ocorrida de 18 a 22 de julho de 2007, sendo conjuntamente realizada a 1ª Mostra de Agricultura Familiar da Embrapa. Nessa edição, a feira continuou com o nome de 3ª Feira Estadual das Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos, tendo como lema "Agricultura Familiar alimentando a vida".

No que refere à rede de parceiros para a organização da feira, percebemos que se estendeu de forma significativa. Além da FAF-MS e da CPT, entraram novas instituições, como a COOPERFAMILIAR JUTI/AMANBAI e a Associação de Produtores Orgânicos de Mato Grosso do Sul (APOMS). Na colaboração do evento estavam a Prefeitura Municipal de Juti, a EMBRAPA, a AGRAER, a Escola Estadual 31 de Março e as Escolas Família Agrícola (EFA). No apoio, figuravam Ministério do Meio Ambiente, Governo Federal, Caixa Econômica Federal e Companhia Nacional de Abastecimento (CONAB). Podemos observar que, com o aumento da participação de órgãos estatais, a feira tomou um caráter mais institucionalizado.

Figura 4 – Cartaz de divulgação da 3ª Feira, em 2007

Fonte: 3ª Feira Estadual das Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos (2007)

A 4ª edição da feira ocorreu no dia 29 de junho de 2008. Nessa edição, a feira retomou o nome da primeira edição e voltou a se chamar Feira das Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos de Juti, MS. A 4ª edição não incorporou os eventos estaduais que compuseram as duas edições anteriores.[18] O lema da 4ª feira foi "Intercâmbio de saberes e sabores valorizando o conhecimento tradicional".

18 A feira estadual continuou sendo realizada, mas passou a ocorrer de forma itinerante em outros municípios do estado de Mato Grosso do Sul, como na edição de 2008, realizada no município de Dourados, sob o nome de 4ª Feira Estadual de Sementes Crioulas, sendo organizada pela Federação da Agricultura Familiar do Estado de Mato Grosso do Sul (FAF/MS).

Figura 5 – Cartaz de divulgação da 4ª Feira, em 2008

Fonte: 4ª Feira das Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos de Juti MS (2008)

Na imagem podemos ver uma roda de conversa, uma criança com aspectos de felicidade e sementes e frutos típicos do cerrado, numa alusão aos saberes locais e à ação coletiva. No cartaz, temos a rede de parcerias que continua significativa, porém há um menor número de órgãos governamentais e agentes políticos presentes em relação às últimas duas edições. A única novidade é a Agência de Desenvolvimento Territorial da Grande Dourados (ADT-GD).

Em relação ao lema das edições anteriores que deram ênfase ao papel da agricultura familiar na produção de alimentos para o consumo, essa edição pautou a valorização do conhecimento tradicional. Assumia, também, uma visão ainda mais crítica dos processos de modernização pelos quais passam os países em desenvolvimento, em virtude da exclusão social decorrente da "Revolução Verde", assim como as consequências geradas para a desvalorização do conhecimento tradicional. Daí decorre, em grande parte, a revalorização das tradições, não como freio às transformações sociais, e

sim como base para a recuperação de valores próprios para fundar novos modos de vida, alternativos aos que a revolução verde impunha. Os saberes na agricultura traziam, neste sentido, um apelo especialmente adequado, pois consistiam no resgate de um saber tradicional, o que se reproduz a partir do intercâmbio entre os agricultores, ou seja, em uma sociabilidade proporcionada pelo espaço da feira, fazendo parte de uma cultura da resistência.

A 5ª Feira das Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos de Juti MS ocorreu no dia 5 de julho de 2009 e teve como lema: "Sementes patrimônio dos povos, fonte da vida". Nela podemos observar a ampliação das parcerias com a entrada da Comissão Estadual de Produção Orgânica de Mato Grosso do Sul (CEPORG/MS), da Câmara Municipal de Juti, da Secretaria de Desenvolvimento Agrário, Produção, Indústria, Comércio e Turismo (SEPROTUR), do Governo do Estado de MS e dos Jovens Rurais e Urbanos de Juti.

Figura 6 – Cartaz de divulgação da 5ª Feira, em 2009.

Fonte: 5ª Feira das Sementes Crioulas e Produtos Orgânicos de Juti MS (2009)

Nessa versão da feira, além da ampliação da rede de parcerias, percebemos no cartaz (Figura 8) a intenção de apresentar produtos diversos da pequena produção, apresentando preocupação com a reutilização, expressa no uso de garrafas pet para o armazenamento das sementes, bem como de imagens da equipe de atuação na feira, evidenciando a importância do esforço coletivo. Aliado àquelas representações ligadas diretamente à pequena produção, voltaram à cena representações institucionais que dialogam com assentados e comunidades indígenas, por meio de representações, como a da Câmara Municipal, do Governo do Estado de MS e da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Agrário, da Produção, da Indústria, do Comércio e do Turismo (SEPROTUR).

A 6ª Feira ocorreu nos dias 03 e 04 de julho de 2010. Nas três edições anteriores, o nome da feira era: "Feira de Sementes Crioulas e Produção Orgânica de Juti MS". Nessa edição, o termo "produtos orgânicos" foi substituído por "produtos agroecológicos", ficando "Feira de Sementes Crioulas e de Produtos Agroecológicos". Essa mudança advém do fato de nem todos os produtos comercializados na feira serem propriamente orgânicos. Nesse sentido, o termo agroecológico foi adotado por abranger diversos tipos de produtos.

O cartaz apresenta um maior número de imagens de grupos coletivos em debates, o que é enfatizado com a frase "A harmonia dos homens se constrói por meio do diálogo". Apresenta também imagens de sementes com diferentes tonalidades, comparando-as à realidade vivida pelas pessoas, destacando que "Na natureza existe harmonia dentro da diversidade". É dado destaque, ainda, à programação do evento.

O lema dessa edição foi "É a agricultura familiar mostrando o que faz". Em relação às parcerias apoiadoras da edição de 2010, parece ter ocorrido uma redução dos apoiadores, mantendo-se aqueles mais ligados à pequena produção, sem tanta representação política.

Figura 7 – Cartaz de divulgação da 6ª Feira, em 2010

Fonte: 6ª Feira das Sementes Crioulas e Produtos Agroecológicos (2010)

A 7ª Feira de Sementes Crioulas e Produtos Agroecológicos ocorreu nos dias 9 e 10 de julho, em 2011. Essa edição teve como lema "A Agricultura Familiar mostrando seu potencial criativo". Podemos observar no cartaz diversas variedades de sementes e imagens das edições anteriores, com a participação de assentados. Nessa edição, foram oferecidas sete oficinas com os temas "integração agricultura e pecuária"; "alimentação do gado leiteiro na seca"; "educação ambiental"; "educação em solo"; "apicultura racional", "confecção de artesanato com matéria prima do cerrado" e "aproveitamento de frutos do cerrado".

Figura 8 – Cartaz de divulgação da 7ª Feira, em 2011

Fonte: 7ª Feira das Sementes Crioulas e Produtos Agroecológicos (2011)

Quanto às parcerias para o evento, notamos que se mantém a relação da anterior, incluindo os antigos parceiros e, agora, acrescentando a nova parceria feita com a Universidade Federal da Grande Dourados (UFGD) na comissão organizadora da feira, que aparece pela primeira vez como parceira. A UFGD, a partir dessa edição, passou gradualmente a desempenhar papel de destaque no evento. A parceria com a universidade, que passou a desenvolver projetos de extensão universitária em Juti, voltados especialmente à conservação do solo, fortaleceu a organização da feira, incorporando ao evento novos referenciais, que modificaram até mesmo a estrutura da feira quanto ao formato que vinha sendo realizada.

A 8ª edição da feira de Juti ocorreu nos dias 14 e 15 de julho de 2012, com o lema: "As flores e frutos de amanhã são as sementes de hoje". Participaram da realização a Comissão Pastoral da Terra (CPT/MS), o Instituto Cerrado Guarani e a Faculdade de Ciências Biológicas e Ambientais da Universidade Federal da Grande Dourados (FCBA/UFGD). O apoio: AGRAER, APOMS, Cooperfamiliar, Embrapa, Funai, Irmãs de São José de Chambery, Delegacia Federal

do Ministério do Desenvolvimento Agrário (DFDA/MS), SFA/MS, Prefeitura Municipal de Juti, Radio Criativa FM, Sintraf/Juti, Sindicato Rural de Juti, Anhanguera, Pró-Reitoria de Extensão e Cultura (PROEX), CNPq e UFGD.

Nessa edição também aconteceu o 1° Seminário sobre Uso e Conservação do Cerrado, uma ação que vinha sendo desenvolvida pela UFGD na comunidade, passando a fazer parte da programação da 8ª Feira das Sementes Nativas e Crioulas de Juti.

O evento foi representativo e contou com a participação de agricultores, comunidades tradicionais, acadêmicos e pesquisadores inclusive de outros estados. Contou com a participação de 720 pessoas, conforme dados do *site* da feira de sementes nativas e crioulas de Juti. É interessante observar que, a partir dessa edição, a feira que antes se chamava "Feira de Sementes Crioulas e Produtos Agroecológicos" passou a se chamar "Feira de Sementes Nativas e Crioulas e de Produtos Agroecológicas". A inclusão do termo "nativas" aponta para uma preocupação em restaurar as variedades nativas da região do cerrado.

A palestra de abertura teve como título "Uso e conservação do cerrado" e foi apresentada pelo pesquisador da EMBRAPA Cerrados José Felipe Ribeiro. As oficinas ofertadas foram: Produção de mudas de espécies nativas; Sistema de cultivo de espécie nativas do cerrado; Confecção de artesanato e bijuteria com matéria prima do cerrado; Irrigação e adubação de pastagens; Adubação verde; Educação ambiental; Plantas medicinais e condimentares; Confecção de doces geleias e licores com matéria prima do cerrado.

Com o 1º seminário sobre uso e conservação do cerrado, a feira passou a assumir uma dimensão mais forte de formação científica, especialmente quando analisamos a presença no cartaz de novos apoios, dentre eles Anhanguera, Proex, CNPq e a própria UFGD, por meio da Faculdade de Ciências Biológicas e Ambientais (FCBA), que passou a coorganizar o evento.

Figura 9 – Cartaz de divulgação da 8ª Feira em 2012

Fonte: 8ª Feira de Sementes Nativas e Crioulas e de Produtos Agroecológicos (2012)

Foi a partir da inclusão do Seminário que a feira foi gradativamente aumentando, assim como o número de minicursos oferecidos. Além disso, passou a incluir a apresentação de trabalhos técnicos e científicos e relatos de experiências. Essa inclusão configurou-se como uma possibilidade de incorporar novos parceiros quanto ao quesito fomento e, assim, atender aos quesitos necessários em relação à infraestrutura necessária para o evento, que a cada ano tem sido maior em virtude do aumento no número de participantes.

A 9ª edição da feira aconteceu de 12 a 14 de julho de 2013, no salão paroquial da Igreja Católica de Juti. Essa versão foi organizada também em conjunto com o 2° Seminário sobre o Uso e Conservação do Cerrado e dando continuidade (a partir da edição anterior) à apresentação de trabalhos técnicos e científicos e relatos de experiência. Nesta edição, foram 845 pessoas participantes, contando com a apresentação de 20 trabalhos sobre o tema da fei-

ra, dos quais parte significativa era de autoria de acadêmicos de cursos da UFGD, os quais estavam envolvidos na organização da feira e nas ações envoltas a ela – também pesquisadores do tema das sementes crioulas expuseram suas pesquisas. A palestra de abertura foi "Promoção do manejo comunitário da agrobiodiversidade: sementes, saberes e sustentabilidade", proferida pela pesquisadora da EMBRAPA Terezinha Aparecida Borges. Vale destacar que a EMBRAPA é uma instituição que também vinha assumindo a comissão de organização do evento.

Os minicursos trouxeram temas diversos, entre eles: Plantas medicinais e condimentares; Cultura da mandioca; Boas práticas para produção higiênica de leite; Recuperação de áreas degradadas e produção de mudas de árvores nativas do cerrado; Artesanato com fibra de taboa; Produção da farinha de macaúba; Higiene e manipulação alimentos; Reforma de pastagem, Confecção de bijuteria com matéria-prima do cerrado e Educação ambiental e confecção de doces, geleias e licores com frutos do cerrado.

Figura 10 – Cartaz de divulgação da 9ª Feira, em 2013[19]

Fonte: 9ª Feira de Sementes Nativas e Crioulas e de Produtos Agroecológicos (2013)

19 A partir dessa edição o cartaz passa a apresentar também a programação. Em função disso, mas também por uma questão de espaço, faremos a exposição da *frente* e do *verso* do cartaz lado a lado.

O tema central do encontro foi "Por uma Terra sem males, livre de Transgênicos e Agrotóxicos", demarcando a relação cultural e até mesmo bíblica, à qual está próxima à prática dos organizadores, parte deles integrantes da Comissão Pastoral da Terra. Diferentemente das edições anteriores, 9ª feira começou a ser realizada em três dias, aproximando-se do formato de evento acadêmico.

Nessa edição da feira também foi aprovada pelos participantes, no dia 13 de julho, uma carta de apoio à Campanha Permanente Contra os Agrotóxicos e Pela Vida[20]. A carta foi elaborada durante o 2° Seminário sobre Uso e Conservação do Cerrado do Sul de Mato Grosso do Sul e nela ficou estabelecida a linha de ação para combater os agrotóxicos[21].

É importante verificar que a feira também incorporou a campanha contra o uso de agrotóxicos e pela vida e ainda estabeleceu linhas de ações para seu enfrentamento, como aquelas envoltas a divulgar os benefícios da agroecologia e enfatizar os males causados pelos agrotóxicos. Essa edição da feira foi a última

20 Disponível em: https://contraosagrotoxicos.org/participantes-da-ix-feira-de-sementes-crioulas-de-juti-ms-aprovam-carta-de-apoio-a-campanha/ Acesso em: 20 out. 2019.

21 Do documento destacamos os seguintes pontos: "1) Massificar a consciência sobre os males causados pelos Agrotóxicos e sobre os benefícios proporcionados pela Agroecologia. 2) Promover Alianças Populares entre produtores e consumidores de alimentos Livres de Transgênicos e Agrotóxicos, bem como fortalecer cada vez mais a Aliança entre Movimentos Sociais do Campo e os Povos Tradicionais. 3) Fazer denúncia sistemática de todos os crimes cometidos pelo agronegócio através de suas empresas e latifundiários contra a população, encaminhando ações ao poder judiciário, denúncias aos Ministérios Públicos Estaduais e Federal, através da imprensa quando possível, bem como em todos os espaços públicos onde se possa levar estas denúncias. 4) Exercer maior pressão política sobre os governos para que permitam o acesso dos agricultores agroecológicos a linhas de Crédito, Financiamento e Incentivos, bem como para que adequem as legislações que dificultam o reconhecimento – certificação da produção agroecológica e ainda para que se restrinjam os enormes e absurdos privilégios financeiros e burocráticos concedidos ao Agronegócio. 5) Encampar a Luta Política dentro de todos os espaços institucionais, disputando com seriedade espaços de decisão e formação, como por exemplo, Poder Legislativo, Universidades, Instituições de Pesquisa, etc. (PARTICIPANTES DA IX FEIRA DE SEMENTES CRIOULAS DE JUTI MS, 13 DE JULHO DE 2013).

que contou com a presença da Irmã Lucinda da CPT, que a havia idealizado em conjunto com pessoas assentadas.

A 10ª edição foi organizada em memória da irmã Lucinda Moretti, idealizadora da feira, que faleceu no dia 16 de agosto de 2013, vítima de acidente automobilístico na rodovia BR-163. Com sua morte, a UFGD, por meio de um grupo de acadêmicos e professores, coordenados pela Professora Zefa Valdivina Pereira (Faculdade de Ciências Biológicas e Ambientais – FCBA), contando também com participação de pessoas dos assentamentos e comunidades indígenas de Juti, especialmente de mulheres, lideradas pela assentada Leila Cristini Dorce, passaram a assumir os trabalhos para a realização do evento e, assim, dar continuidade ao "sonho da irmã Lucinda".

A feira ocorreu nos dias 18, 19 e 20 de julho de 2014, também em salão paroquial de realização de edição anterior. Além das trocas de sementes e experiências, contou também com a realização do 3° Seminário sobre Uso e Conservação de Cerrado, correlacionado à ação que a UFGD vinha desenvolvendo em lotes de assentamentos e comunidades indígenas do município. O lema da edição foi "Cuide da mãe-terra que gera vida".

Com palestras, oficinas e apresentações culturais, sobretudo, toda a programação esteve centrada no debate de práticas agroecológicas, na valorização de produtos sem agrotóxicos e no conhecimento tradicional dos pequenos produtores. As palestras oferecidas, divulgadas no *banner* da programação tiveram como temas centrais os Sistemas agroflorestais em base agroecológica e Sementes crioulas: Estratégias de manutenção do patrimônio genético. Já os minicursos oferecidos tiveram como temas a produção de mudas de espécies nativas, a produção e processamento de plantas medicinais do Cerrado, Biojoias com matéria-prima do Cerrado; viveiro e produção de mudas do Cerrado; produção, beneficiamento e armazenamento de sementes crioulas; educação

ambiental; produção diversificada em base agroecológica; aproveitamento dos frutos do Cerrado para a confecção de doces e geleias; plantas medicinais e condimentares, e confecção de doces, geleias e licores com matéria-prima do cerrado. Observamos que, a partir dessa edição, o número de minicursos aumentou, passando de 11 para 17 minicursos oferecidos. Ao mesmo tempo, foi mantido o espaço das palestras bem como os momentos de trocas de sementes, trocas de saberes e experiências.

Figura 11 – Cartaz de divulgação da 10ª Feira, em 2014

Fonte: 10ª Feira de Sementes Nativas e Crioulas e de Produtos Agroecológicos (2014)

Um aspecto a ser destacado é que, a partir de cada edição da feira, a aproximação das instituições técnicas e científicas, como universidades federais e estaduais, EMBRAPA, dentre outras, intensificou os diálogos com as comunidades assentadas e indígenas. Isso fica evidente quando analisamos a que instituições os ministrantes dos minicursos vinculam-se. Nessa edição, por exemplo, os membros da EMBRAPA ofereceram seis dos 17, assim como a instituição foi responsável pela palestra de abertura do evento.

Também nessa edição ocorreu a apresentação de cerca de 60 trabalhos sobre o tema da feira. Em relação ao número de participantes, o evento contou com a participação de 920 pessoas provenientes de várias partes do país. Cabe destacar que em todos os eventos vem sendo oferecidos aos participantes alimentos e alojamento para

pernoite, o que implica em dedicação da comissão organizadora para viabilizar local do alojamento, doação de alimentos *in natura*, cadastro os voluntários para a feitura das refeições assim como do material das oficinais, do acondicionamento das sementes e de outros aspectos, tudo oferecido pela organização durante os dias da feira. Vale ressaltar que a alimentação servida aos participantes é composta majoritariamente por alimentos doados pelos assentados, demonstrando um envolvimento deles em relação à feira.

A 11ª edição da Feira ocorreu entre os dias 10 e 12 de julho no ano de 2015. Nessa edição, foi inaugurado o Banco Comunitário de Sementes Crioulas de Juti, que recebeu o nome da Irmã Lucinda Moretti, idealizadora da Feira de Sementes Nativas e Crioulas, como forma de homenagear seu trabalho em defesa da agricultura familiar e da agroecologia. O Banco representou grande importância para os agricultores, à medida que possibilitou o armazenamento e a conservação de sementes para serem ofertadas durante todo o ano. A implantação do Banco de Sementes ocorreu por meio de uma parceria entre UFGD, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Prefeitura Municipal de Juti.

Em 2015 foram apresentados 56 trabalhos nas modalidades de trabalho completo e relato de experiência. O evento contou com um público de 986 pessoas de diferentes regiões do país e nele foram oferecidos 20 minicursos/oficinas, com a troca de 500 quilos de sementes crioulas e de 1.500 mudas de espécies nativas (SITE DA FEIRA DE SEMENTES CRIOULAS DE JUTI MS[22]).

22 Disponível em: http://sementescrioulasjutims.org/historico/. Acesso em: 29.02.2020.

Figura 12 – Cartaz de divulgação da 11ª Feira, em 2015

Fonte: 11ª Feira de Sementes Nativas e Crioulas e de Produtos Agroecológicos (2015)

Na 11ª edição, a mesa redonda de abertura do evento discutiu o tema "Comercialização de produtos da agricultura familiar: produtos agroecológicos e sementes crioulas". A mesa foi composta por representantes institucionais da EMBRAPA, da CONAB, do presidente da AGRAER, e de um delegado do antigo MDA. Dentre os 20 minicursos oferecidos, podemos observar que em relação à edição anterior ocorreu um aumento de ministrantes vinculados à UFGD e à AGRAER. A Prefeitura Municipal de Juti apareceu também como realizadora do evento. Esse modelo demonstra o formato de evento acadêmico mais fortemente, sobretudo pelas parcerias que foram sendo realizadas, até mesmo para viabilizar financiamentos e manter as edições da feira.

A 12ª edição do evento foi realizada entre 15 e 17 de julho de 2016. A organização desse evento contou com a Universidade Federal da Grande Dourados, a Comissão Pastoral da Terra, a Prefeitura Municipal de Juti, a EMBRAPA Agropecuária Oeste, o Instituto Cerrado Guarani e a Associação de Produtores Orgânicos de Mato Grosso do Sul, contribuindo para o crescimento do evento. O lema da edição foi "Sementes crioulas a serviço da soberania alimentar". Cabe destacar que a defesa da soberania alimentar fazia parte de diversas políticas públicas fomentadas pelo antigo MDA, além de ser um tema debatido pelos movimentos sociais e pela Via Campesina. A mesa redonda de abertura do evento teve como tema "O manejo e conservação

de sementes crioulas" e, diferente da edição anterior, quando ocorreu maioria de representações institucionais, a mesa dessa edição foi composta por agricultores guardiões de sementes, especialmente dos estados da Paraíba e de Santa Catarina, ampliando ainda mais solidária e organicamente sua rede de participação e visibilidade.

Figura 13 – Cartaz de divulgação 12ª Feira, em 2016

Fonte: 12ª Feira de Sementes Nativas e Crioulas e de Produtos Agroecológicos (2016)

Nessa edição, observamos um aumento na quantidade de minicursos e oficinas ofertadas, passando de 20 para 27, e seus temas apontando para a produção com atenção ao meio ambiente. Discutiram-se, por exemplo, sobre o manejo correto do solo e o controle de pragas com produtos naturais e produzidos em âmbito doméstico, como a oficina de calda bordalesa. Cabe destacar que o manejo com as flores e o artesanato compõem o conjunto das oficinas, articulando produção e transformação de alimentos associados ao cuidado com o solo, indicando preocupação com os elementos que constituem a vida no campo. É possível observar a reedição de minicursos, como o de "Aproveitamento de frutos do cerrado", oferecido pela Associação Sabores do Cerrado do Assentamento Lagoa Grande (ASCALG), presente desde a sétima edição.

Na sua 13ª edição, realizada de 14 a 16 de julho de 2017, a feira teve como tema o "Impacto dos agrotóxicos sobre a agrobiodiversidade do Mato Grosso do Sul".

Figura 14 – Cartaz de divulgação da 13ª Feira, em 2017

Fonte: 14ª Feira de Sementes Nativas e Crioulas e Produtos Agroecológicos (2017)

Essa edição foi bastante representativa, contando com a participação de agricultores, comunidades indígenas, acadêmicos e pesquisadores, inclusive, novamente, de outros estados. O total de inscritos foi de 749 no local, conforme destacado no site do evento. Nessa edição da feira foram ofertados 26 minicursos, com uma variação de 25 a 30 pessoas, e foram apresentados 21 trabalhos científicos, bem como relatos de experiências[23]. Ressaltamos que os temas das oficinas e minicursos versaram sobre produção, transformação de produtos, manejo com o solo, recuperação de áreas degradas, cultivos de flores e, também, no crédito rural, como meio de fomentar a produção.

Nesse ano também foram entregues pelos agricultores mais de 50 variedades de sementes, destacando-se milho vermelho, branco, preto, roxo, amarelo da palha roxa, amarelo listrado, amarelo asteca, amarelo pixurum, pipoca preto, pipoca vermelho, pipoca branco; feijão roxo colombiano, feijão branco colombiano, feijão arroz, feijão preto; mudas de cana caiana e roxa; mudas de rama de batata doce branca, laranja e roxa; mudas de inhame roxo, amarelo e branco; e mudas de caramoela (cf. LOBTCHENKO et al, 2017).

23 Disponível em: http://sementescrioulasjutims.org/historico/, acesso em 29.02.202.

Entre os dias 13 e 15 de julho de 2018, ocorreu a 14ª edição. O evento contou com a participação de 1500 inscritos de 3 países, 5 estados brasileiros e 34 municípios de Mato Grosso do Sul (cf. FERNANDES et al., 2018).

O evento contou com uma programação bastante diversificada e teve como palestra de abertura "Manejo da agrobiodiversidade em sistemas agroecológicos" a partir de uma mesa-redonda com o tema "Experiências no cultivo de sementes crioulas e agroecologia". Conforme a programação, foram oferecidas também oficinas e minicursos, intercalados aos momentos de trocas de sementes, trocas de saberes e experiências.

Podemos notar, em relação às oficinas, que essas contaram com assentados como monitores, os quais haviam participado de cursos em outros anos, passando a deterem conhecimentos sistematizados associados às suas próprias experiências, e assim também passando a ministrantes dos cursos na feira. Esse aspecto demonstra que os conhecimentos têm sido gerados e as famílias estão aptas a passar essa experiência adquirida para frente. Além de ministrantes das oficinas também participam de outras oficinas, gerando um círculo de aprendizagem. Na organização do evento, aparece como novidade a participação da AGRAER, da SEMAGRO e do Governo Estadual de Mato Grosso do Sul.

Além das palestras e oficinas, os minicursos oferecidos tiveram como temas a produção de mudas de espécies nativas, a produção e processamento de plantas medicinais do cerrado, as biojoias com matéria-prima do cerrado, o viveiro e produção de mudas do cerrado, as sementes, sociobiodiversidade e agroecologia, caminhos necessários para a saúde pública, a educação ambiental, cultura da mandioca, criação de abelhas nativas, plantas PANCs (Plantas Comestíveis Não Convencionais), o aproveitamento dos frutos do cerrado para a confecção de doces e geleias, as plantas medicinais e condimentares e confecção de doces, geleias e licores com mete-

ria prima do cerrado, a produção de inseticidas naturais e biofertilizantes e o manejo conservacionista de pastagem em sistemas agroecológicos. Nessa edição notamos também a participação dos assentados e indígenas que trouxeram seus produtos para trocarem e venderem, além de levarem novas sementes para seus lugares. Outro ponto observado durante a feira foi uma maior aproximação entre a universidade e as comunidades assentadas e indígenas, numa troca de conhecimentos com vistas à melhoria no manejo da terra, melhorando a qualidade de vida e do meio em que vivem.

Figura 15 – Cartaz de divulgação da 14ª Feira, em 2018

Fonte: 14ª Feira de Sementes Nativas e Crioulas e Produtos Agroecológicos (2018)

Nessa edição foram apresentados 23 trabalhos científicos e relatos de experiências. Durante a feira foram *reterritorializadas* mais de 100 variedades de sementes crioulas, destacando as sementes de milho e feijão (cf. FERNANDES et. al., 2006). A manutenção e o livre intercâmbio de sementes de cultivares crioulas representa uma estratégia fundamental no desenvolvimento de cultivares mais produtivas e resistentes a diversos tipos de solos, proporcionando alternativas viáveis para a manutenção da pequena produção.

Entre os dias 12 e 14 de julho de 2019 ocorreu a 15ª edição da feira. A organização do evento aconteceu de forma participativa, com a distribuição de tarefas de acordo com as possibilidades. A alimentação, servida para os participantes, foi fruto de doação dos

agricultores e agricultoras e do trabalho de todos da organização. Além das sementes de milho, feijão, arroz, trigo e da adubação verde, também foram distribuídas sementes de plantas nativas como, ipê, angico, jatobá, cedro, entre tantas outras. A feira teve como lema "Multiplicar e Partilhar Sementes e Saberes".

Figura 16 – Cartaz de divulgação da 15ª Feira, em 2019

Fonte: 15ª Feira de Sementes Nativas e Crioulas e Produtos Agroecológicos (2018)

As barraquinhas com a venda de produtos agroecológicos e artesanatos foram também um ponto alto da feira, compondo e problematizando este ambiente de saberes e práticas. Aconteceu também a palestra de abertura com o tema "Plantas alimentícias não convencionais", além de 28 oficinas e minicursos com temas variados. No cartaz, observamos a rede que tem feito a feira acontecer, envolvendo o tema das sementes e o compartilhar-reterritorilizar das mesmas, muitas vezes levadas para as feiras ou para as atividades de troca de sementes. Assim, a feira produz efeitos em diversos âmbitos, desde o conjunto dos assentamentos e acampamentos, como nas comunidades indígenas da região, bem como nas pessoas de diferentes espaços brasileiros, que atualmente buscam compartilhar discussões e trocas que vêm ocorrendo nela e fora dela. O registro especial em relação à organização dessa edição, seguindo as demais, desde sua primeira edição, deve ser feito em relação ao protagonismo das mulheres em sua organização.

As mulheres estão em presença majoritária, reafirmando o peso simbólico da própria origem da agricultura e da domesticação das primeiras sementes cultivadas, que se fizeram no quintal das casas pelas mulheres.

Assim, a feira é também a reunião da diversidade de espécies por gosto e tradição e pelo caráter de preservação. Essa relação cultural da troca de sementes é sem dúvida o grande diferencial e poder organizativo da feira, que tem relação de autonomia e de parcerias diversas, com o fortalecimento em busca da preservação cultural e da autonomia de seus saberes, de seus lugares e territórios.

RETERRITORIALIZANDO SEMENTES, CULTIVANDO A VIDA (CONSIDERAÇÕES FINAIS)

A construção, nos últimos anos, de ações e movimentos de cuidar, guardar, trocar, plantar, cultivar e colher sementes nativas e/ou crioulas ultrapassa a ideia muitas vezes corrente de "resgate". O que temos acompanhado nessas ações e movimentos são processos de *reterritorialização* de sementes, como expressão do cuidado e do *cultivo* da vida – humana e não humano, interdependentes. As sementes não estavam em algum lugar e foram "resgatadas" à vida; muito diferentemente, as sementes sempre participaram dos lugares de vida das gentes da terra (camponesas-colonas, indígenas, quilombolas, caboclas etc.), sendo ano e ano, cultivo a cultivo, cuidadas como parte de afetos e sensibilidades da e com a própria vida.

O que vemos, mais recentemente, são essas práticas sendo socializadas em encontros, eventos, ações e movimentos organizados tanto em contraponto à monopolização das sementes pela indústria capitalista correspondente, quanto em reconstrução das práticas de encontro, e nelas as sementes – como expressão da vida *simples* que se produz e reproduz – tomam a centralidade, tangenciadas por outras práticas do cuidado e de sociabilidades que se entrelaçam umas nas outras. É nesse sentido que, então, se reter-

ritorializam, como sempre tem ocorrido sobretudo como parte dos movimentos migratórios que atravessam as gentes da terra. Assim, de um "punhado" de sementes de um lugar, as trocas vão fazendo brotar reterritorializações próximas e distantes, e a Feira de Juti é expressão desses movimentos de constante – e cada vez mais profundos, afetivos e solidários – reterritorializações.

As 15 (quinze) edições da feira, realizadas entre 2005 e 2019, dão mostra desses processos, alguns deles *estampados* nos cartazes e nas programações de cada uma delas. As continuidades e descontinuidades, como em qualquer processo, demonstram que a feira é viva, pulsante e atravessada pelo próprio movimento que a criou e que a mantém. No entanto, é interessante apontar, ainda neste final, algumas considerações mais gerais objetivando, em especial, fazer com que nossos escritos também sejam *sementes* das reterritorializações em curso, para fora e para dentro da feira, para dentro e para fora de Juti, para dentro e para fora de qualquer análise, de qualquer crítica.

A primeira edição, em 2005, teve como protagonista organizativo a Comissão Pastoral da Terra (CPT), e a *mítica* sagrado-religiosa se expressava na articulação entre "Profecia Crer" e imagens de fundo com cachoeiras de Juti. O evento se iniciava na *luta* e *simplicidade* de mulheres e homens, sobretudo da CPT e assentamentos, como construção de possibilidade para o encontro, apostando que as sementes são como que *sinônimos* da água que forma a Terra e o corpo (e é interessante constatar a *rede mítica* que então se constrói entre a feira e a "Tribo Indígena Americana", já a demonstrar que as *questões* de um lugar também atravessam o mundo inteiro).

As edições vão se sucedendo enquanto novas parcerias vão sendo construídas e, de alguma forma, certa *espontaneidade* inicial vai dando lugar para um processo de institucionalização. Observando os cartazes, é surpreendente como o espaço das figuras e imagens vai, aos poucos (mas não necessariamente de forma contínua), ce-

dendo espaço para o elenco das entidades e instituições organizativas e de apoio, atestando, de um lado, a crescente importância que a feira adquire e, por outro, um movimento de, pelo menos parcialmente, maior institucionalização (nas últimas edições, por exemplo, o espaço destinado aos *logos* das entidades/instituições e à programação toma praticamente ¾ do cartaz/folder). No entanto, também é importante destacar, na medida que acompanhamos as últimas edições, que não necessariamente são as entidades/instituições que "tomam" a feira, mas aquelas são, sobretudo, instrumentalizadas como *meio* e *mediação* para o encontro e troca de sementes e experiências. Assim, mesmo que ocorra maior exposição da programação, de seminários e oficinas, *a moda* acadêmica, o que se constata é que tais atividades é que estão *a serviço* do encontro, e não o contrário. Ou seja, é o *movimento popular* da *troca de sementes* que, de certa forma, *se apropria* da capacidade e dos recursos de parcerias como também condição de viabilização da feira. Não menos expressivo desse movimento é a condição das gentes da terra não como meros ouvintes ou participantes passivos de palestras, seminários ou oficinas, mas também como ministrantes dessas atividades.

É assim que a Feira de Juti se fez, se faz e se fará. Na participação decisiva e protagonista de camponesas e camponeses, de comunidades indígenas e muitas e muitas outras gentes da terra. No diálogo com outras gentes, com outros *mundos* (como com a "Profecia Crer" ou com a sabedoria popular chinesa – o provérbio chinês estampado no cartaz de 2012). Na busca do encontro, no sorriso e na alegria (como nos cartazes de 2008 e 2011). Nas *memórias reterritorializantes* de gente que fez a feira acontecer mas que já não está presente fisicamente (com imagens da Irmã Lucinda nos cartazes de 2014 e 2015). Na diversidade *sementeira* e nas diferenças que marcam as *gentes* e as *vidas da terra* (como no cartaz de 2010). Ou mesmo em uma "árvore solitária" que precisa ser ou-

tra vez *reterritorializada* por árvores e *gentes* de companhia, pois que a solidão é dura como a terra pisoteada e vazia como a lavoura monopolística (como em cartaz de 2016)...

Em algumas passagens do texto aludimos à participação decisiva, histórica e bonita das mulheres nas ações e movimentos de cuidado com as sementes, com a terra, com a vida, dessa vida que para brotar precisa ser dioturnamente *guardada*, *plantada*, *regada*, *cultivada*, *colhida*, *preparada*, *amada*. Uma mulher, uma *irmã* e uma *companheira* imprescindível para o *acontecer* da Feira de Juti foi a Irmã Lucinda, e é com ela e para ela que esta *experiência* narrativa se deu, se dá. E é com ela que, com seu exemplo de perseverança – como sempre nos dizem as mulheres e os homens *da terra* que a conheceram – que a Feira de Juti persistirá em sua *reterritorialização sem fim*, pois que Irmã Lucinda, e suas *gentes*, sabem que as sementes nativas e crioulas, e toda a vida que delas advém, precisam continuar.

Figura 17 – "Irmã Lucinda Moretti, Eterna Agricultora"

Fonte: "Irmãs de São José de Chambéry do Brasil e Bolívia"
(https://www.isjbrasil.com.br/noticia/1504/irmalucindamorettieternaagricultora - acesso 19/02/2021)

REFERÊNCIAS

ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. São Paulo: HUCITEC, 1992.

BORGES, M. C.; KUDLAVICZ, M. História de vida da CPT em Mato Grosso do Sul: Contribuição na luta pela terra e para nela permanecer. In: ALMEIDA, A. (org.) **A questão agrária em Mato Grosso do Sul:** Uma visão multidiciplinar. Campo Grande MS: Ed. UFMS, 2008. p. 347.

BRASIL. LEI No 10.711, DE 5 DE AGOSTO DE 2003. **Sistema Nacional de Sementes e Mudas e dá outras providências.**, 2003. Disponivel em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.711.htm>. Acesso em: 12 out. 2019.

_____. Brasil Agroecológico. **Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica – PLANAPO:** 2013-2015, Brasília: Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA, 2013.

CARVALHO, H. M. **Sementes Patrimônio do povo a serviço da humanidade**. São Paulo: Expressão Popular, 2003.

ELSTE, F. D. R. **Os Guardiões de Semente no Passo do Lourenço, Canguçu-RS: a semente crioula e o habitus do camponês**. Dissertação (Mestrado), UFPel - Programa de Pós-Graduação em Sociologia. Pelotas. 2017.

EMBRAPA. EMPRESA BRASILEIRA DE PESQUISA AGROPECUÁRIA. **Marco referencial em agroecologia**, Brasília, 2006.

FEDERICE, S. **Calibã e a bruxa: mulheres, corpo e acumulação primitiva**. São Paulo: Elefante, 2017.

GODOY, W. L.; ANJOS, F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v. 2, n.1, fev 2007.

GOODMAN , D.; SORJ, B.; WILKINSON, J. **Da lavoura às novas biotecnologias:** agricultura e indústria no sistema internacional [online]. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2008.

MAYET , M.; GREENBERG, S. As três megafusões do agronegócio: os carrascos da soberania das agricultoras e agricultores. In: NUTRIÇÃO, O. D. D. À. A. E. À. **Vencer a crise alimentar mundial**. 978-3-943202-40-3. ed. [S.l.]: [s.n.], 2017. p. 74 - 83.

MOREIRA, R. **A formação espacial brasileira**: contribuição crítica aos fundamentos espaciais da Geografia do Brasil. São Paulo: Consequência, 2014.

MÜLLER, G. **Complexo agroindustrial e modernização agrária**. São Paulo: Hucitec, 1989.

NASCIMENTO, A. et al. A ocupação do espaço territorial de Juti/Amambai: da Matte aos assentamentos. In: OLIVEIRA, B. C. D. **Histórias que (re) contam história:** análise do povoamento, colonização e reforma agrária do sul de Mato Grosso do Sul. Dourados: Editora UFGD, 2013. p. 142 p.

RISSO, M. A. **A estética das sementes e a recuperação das sementes crioulas nas áreas da reforma agrária no Brasil e no México**. Dissertação Mestrado - UNESP. São Paulo. 2017.

SHANIN, T. A definição de camponês: conceituações e desconceituações – o velho e o novo em uma discussão marxista. **Revista Nera**, Presidente Prudente SP, v. ano 8, n.7, p. 1-21, 2005.

SPRANDEL, M. A. **Brasiguaios: conflito e identidade em fronteiras internacionais**. (Dissertação de Mestrado). Museu Nacional, UFRJ. Rio de Janeiro. 1992.

VEIGA, J.. **O Desenvolvimento Agrícola:** Uma Visão Histórica. São Paulo: Edusp - Hucitec, 1991.

WANDERLEY, M. N. Raízes históricas do campesinato brasileiro. In: TEDESCO, J. C. **Agricultura familiar realidades e perspectivas**. Passo Fundo: UPF Editora, 2001. p. 21-55.

WILKINSON, J.; CASTELLI, P. G. **A Transnacionalização da indústria de sementes no Brasil – biotecnologias, patentes e biodiversidade**. Rio de Janeiro: A

MULHERES, CORPOS, ESPAÇOS E TRABALHO EM DUAS FEIRAS NA CIDADE DE SANTA MARIA-RS

AUTORAS

MARIA CATARINA CHITOLINA ZANINI
zanini.ufsm@gmail.com

JULIANA FRANCHI DA SILVA
juliana.franchi@gmail.com

LUANA ISABEL KLATT
luanaklatt09@gmail.com

Este artigo tem por objetivo apresentar e analisar dois espaços específicos de feiras em Santa Maria, cidade localizada na região central do Rio Grande do Sul (Brasil)[1]. O Feirão Colonial acontece em espaço fechado, nos pavilhões, e a Feirinha de Camobi ocorre no espaço público e aberto da rua. Fruto de projetos de pesquisas etnográficas[2] que vem sendo desenvolvidos desde o ano de 2011, sob coordenação e orientação de Maria Catarina Chitolina Zanini (2015, 2017; OLIVEIRA et al 2015), pretendemos, no presente texto, cruzar os diferentes tempos e espaços dessas duas feiras com questões de gênero, produção, trabalho, corpo, agências e também saúde. As feirantes são, em quase sua totalidade, agricultoras familiares[3], de origens étnicas variadas (italianas, alemãs, indígenas, afrodescendentes, entre outras). Compreendemos, igualmente, que o mundo camponês é perpassado por lógicas distintas, ethos específicos (WOORTMANN, 1995) e a feira para essas mulheres se apresenta como um trânsito entre seus espaços domésticos, rurais e a urbanidade, locus no qual as feiras acontecem. Para além de

1 Segundo dados do IBGE, Santa Maria tem população de 261.031 habitantes. Fonte: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/santa-maria/panorama.

2 Para Geertz (1989, p.15): "Em antropologia ou, de qualquer forma, em antropologia social, o que os praticantes fazem é a etnografia. E é justamente ao compreender o que é a etnografia, ou mais exatamente, o que é a prática da etnografia que pode começar a entender o que representa a análise antropológica como forma de conhecimento. Devemos frisar, no entanto, que essa não é uma questão de método. Segundo a opinião dos livros-texto, praticar a etnografia é estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante. Mas não são essas coisas, as técnicas e os processos determinados, que definem o empreendimento. O que o define é o tipo de esforço intelectual que ele representa: um risco elaborado para uma "descrição densa", tomando emprestada uma noção de Gilberto Ryle".

3 Consideramos complexa a discussão que se tem em torno das terminologias utilizadas referentes ao meio rural e as pessoas que ali trabalham. Neste artigo, utilizamos agricultoras/es ou camponesas, sem distinções. Pensando, por vezes, como Paulilo (2016, p.231), que salienta que devemos observar aqueles que "trabalham principalmente com mão-de-obra familiar e são considerados pequenos e médios proprietários e produtores", mas também estamos também alinhadas com questões mais simbólicas relativas a essas denominações (WOORTMANN, 1995).

questões puramente vinculadas ao universo produtivo, almejamos apresentar também aspectos referentes ao cotidiano dessas mulheres, dentro e fora das feiras.

De acordo com Eckert (2008), o método etnográfico tem como uma de suas especificidades as técnicas e procedimentos de coletas de dados que pressupõem uma convivência mais prolongada com os grupos a serem estudados. Também, segundo Fonseca (2004), a etnografia se esforça para a compreensão das alteridades, das diversas e possibilidades de ser e estar no mundo. Como ressalta Geertz (1989), a busca pela compreensão das estruturas de significado presentes e compartilhadas naqueles contextos. Consideramos, no estudo das feiras, o quanto é útil que se elaborem boas e prolongadas técnicas de "coleta" (observação participante, diário de campo, recursos audiovisuais, entrevistas, entre outros) até que se alcance uma possível observação exaustiva, como já foi colocado por Malinowski (1984), também almejando alguma possível descrição densa (GEERTZ, 1989). Como salienta Oliveira (1996), o trabalho do antropólogo está baseado no olhar, ouvir e escrever, sem ingenuidades, tendo seu olhar preparado para uma possível "leitura" do observado. Em nossas pesquisas, observamos a grande importância do diário de campo, bem como dos registros audiovisuais. Foram eles, ao longo dos anos, que nos possibilitaram compreender algumas dinâmicas desses espaços.

No presente artigo enfocamos os espaços e interlocutoras mulheres nas feiras, trazendo, assim, também reflexões acerca das relações de gênero. Para Scott (1990, 1998), gênero deve ser compreendido enquanto uma construção histórica, que merece ser observada de formas diferenciada em contextos diferenciados (NICHOLSON, 2000). Isso se torna muito significativo no estudo de mulheres camponesas, por exemplo. Trata-se, igualmente de uma categoria relacional (STRATHERN, 2006) e não possível de ser universalizada (BUTLER, 2013). Além disso, há as interseccionalida-

des (PISTICELLI, 2008) e outros marcadores que atravessam as trajetórias de vida das mulheres apresentadas nesse artigo, tais como geração, estado civil, origem étnica e outras. Essas mulheres tem seu corpo como instrumento de trabalho, de construções sociais e de percepção de si mesmas, por isso também o problematizaremos aqui. Que corpo é esse? Como foi socializado? Como aprenderam a ser feirantes? Quais gestualidades e habilidades tiveram que aprender?

Os estudos corporais[4] vêm sendo um instrumento de análise rico nas mais diferentes áreas. David Le Breton (2011) nos alerta acerca do corpo como sendo um recinto limite da liberdade do sujeito, um espaço com inúmeros sentidos e significados. Esses significados são percebidos e aflorados conforme as percepções e características de cada cultura e região. Da mesma forma, Foucault (1977) nos atenta para o corpo disciplinado, vigiado e socializado para o trabalho. Há usos, percepções, sentidos e construções sobre o corpo. Bourdieu (2006), no artigo "O camponês e seu corpo", observou que os jovens urbanos, em comparação aos jovens do meio rural francês, possuíam uma distinta *hexis* corporal. Enquanto os rapazes do meio urbano tinham mais facilidade e desenvoltura corporal e linguística, principalmente com as jovens, o camponês apresentaria características mais introvertidas, visíveis em sua corporalidade. Para Bourdieu (2006), seriam características de um corpo encamponizado, mais contido e envergonhado, não ensinado a cuidar de si, mas sim para trabalhar. O corpo para o trabalho camponês se socializa como? Nas duras disciplinas para o trabalho e para as mulheres essas se mesclam com as tarefas do mundo produtivo, reprodutivo e doméstico. E, quando nas feiras, esse corpo traz as duras jornadas de trabalho que anteciparam os horários de comercialização.

4 Marcel Mauss (2005) em seus textos sobre as técnicas corporais já nos chamava atenção acerca do corpo e sua socialização. Ou seja, o corpo também é socializado.

Essas análises e contextos trazem o corpo como um componente essencial de experiência: trabalho, desejo, constituição familiar e/ou reprodução humana. Mesmo estando e vivendo sob fortes influências de uma cultura individualista, direcionada pelo modo de vida do sistema capitalista contemporâneo e suas lógicas de mercado, podemos compreender que os relatos das feirantes expressam uma necessidade coletiva de serem ouvidas, de terem olhares direcionados a sua existência que traz pertencimentos mais holistas, vinculados ao coletivo doméstico e familiar. São elas e são seus coletivos também. Enfrentando dificuldades históricas de pouco ou pequenos investimentos e incentivos governamentais que recaem sobre a classe da agricultura de pequeno porte, mas e principalmente, sobre as mulheres que dali tiram seu sustento, elas resistem e se reinventam cotidianamente. Esse corpo tem voz, trabalha e produz e se reproduz, sente dores e cansaço também. Dores nas costas, nas mãos, nas articulações, nos ventres e também na busca por reconhecimento, seja em seus grupos domésticos ou nos espaços mais amplos.

Pretendemos, em suma, por meio da apresentação e análise de dois espaços de pesquisa, analisar o mundo do trabalho, da produção, do corpo camponês e suas mazelas, bem como o cotidiano dessas mulheres em ambos os espaços de feira, o Feirão e a Feirinha. Denominações essas oriundas dos próprios universos dos interlocutores de pesquisa. Para além das feiras, somos levadas, pelas próprias interlocutoras, ao espaço de suas vidas cotidianas, inseparáveis do espaço das feiras.

O FEIRÃO COLONIAL DE SANTA MARIA: ESPAÇO, SABERES E MULHERES

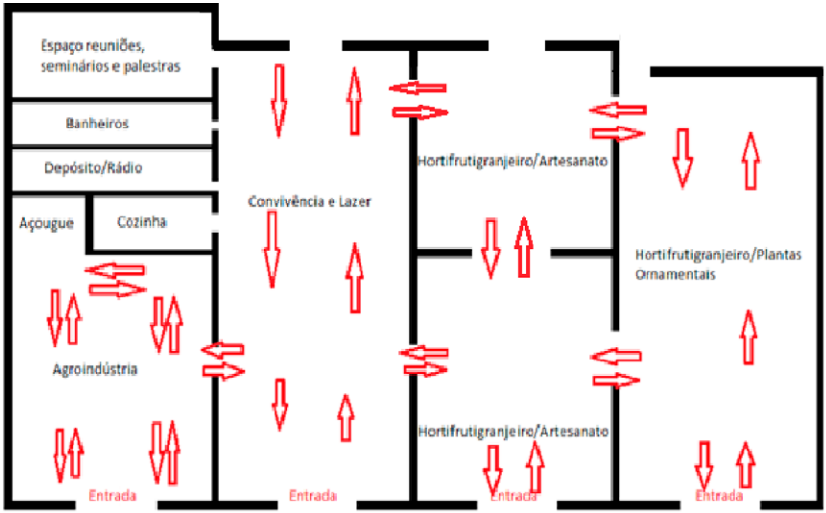
O Feirão Colonial de Santa Maria acontece no Centro de Referência de Economia Solidária Dom Ivo Lorscheiter, situado na Rua Heitor Campos, s/nº, no município de Santa Maria, região central

do estado do Rio Grande do Sul. Aos sábados, das 7h às 11h30min, variando um pouco a quantidade de expositores ao longo desse período, a Feira vai se desenrolando, entre consumidores indo e vindo nesse importante espaço de sociabilidade também. Trata-se de um espaço de venda vinculado ao projeto Esperança/Cooesperança, do Banco da Esperança da Arquidiocese de Santa Maria. O Feirão, como é denominado na cidade, além de valorizar a produção da produção de agricultores familiares, traz fortemente a presença feminina para esse espaço. Segundo Irmã Lourdes Dill (2019), Coordenadora do Projeto Esperança/Cooesperança, "as mulheres são muito importantes na feira, hoje 70% das mulheres que trabalham, ganham seu próprio dinheiro" (DILL, 2019).

O Feirão Colonial também é conhecido popularmente como "a feira da Irmã Lourdes" (religiosa, coordenadora do mesmo) e também como Feira da Economia Solidária, pois possui uma perspectiva de ser um projeto vinculado às lógicas da Economia Solidária. Anualmente, no mesmo local, acontece, sob a coordenação de Irmã Lourdes, o Encontro Internacional do movimento de projetos solidários em nível mundial. Nesse espaço, outros eventos também ocorrem, tais como a Feira Estadual do Cooperativismo (FEICOOP), a Feira da Primavera, a Feira de Economia Solidária do Mercado Comum do Sul (Mercosul), a Feira da Moda Gaúcha e do Artesanato e a Feira Nacional e Internacional de Artesanato e Decoração (FENIAR). Assim, conforme salienta Oliveira (2015) em sua pesquisa, esse espaço é marcado também pela diversidade de acontecimentos que ali acontecem e pela sua rica sociabilidade. Trata-se, com certeza, de um espaço político também, no qual novas perspectivas de relações sociais são pautadas e socializadas.

O espaço físico do Feirão Colonial está constituído de quatro pavilhões e em todos eles se encontram mulheres interagindo com as práticas de mercado, ofertando produtos resultantes de seu trabalho (Figura 01).

Figura 01: Espaço interno da feira



Fonte: CIELO, 2017.

No Pavilhão I se encontram os produtos da agroindústria familiar, tais como: panificação (bolachas, roscas, pães, bolos, cucas), queijos, embutidos, carnes, vinhos, vinagre, cachaça, mel, amendoim, doces de frutas, bombons, entre outros (Figura 02).

Figura 2: Pavilhão I – Produtos da agroindústria familiar

Fonte: Arquivo pessoal de Juliana Franchi da Silva, 2019.

O pavilhão II é o pavilhão de Convivência e Lazer. Nele são ofertados alimentos para consumo, tais como: pastéis, sucos, sorvetes, salgados diversos, doces etc. No fundo, tem-se a entrada para os banheiros, sala de informática e reunião e também para a cozinha. Além disso, funciona como centro de eventos e área de lazer para crianças (Figura 03).

Figura 3: Pavilhão II – Convivência e Lazer

Fonte: Arquivo pessoal de Juliana Franchi da Silva, 2019.

O Pavilhão III é o espaço para o artesanato. Nesse setor, podem-se observar diversos produtos como tapetes, guardanapos, trilhos para mesa, camisetas, mantas, almofadas, capas para garrafa térmica, roupas de lã para bebê, cuias, mateiras (utensílio para chimarrão), perfumes, bolsas, bolsas para computadores, luminárias, roupas para pets, bijuterias, brechó de roupas usadas, enfeites para cozinhas e banheiros, entre muitos outros produtos (Figura 04/05).

Figura 04: Pavilhão III - Artesanato

Figura 05: Pavilhão III - Artesanato

Fonte: Arquivo pessoal de Juliana Franchi da Silva, 2019.

O pavilhão IV é o local de hortifrutigranjeiros e de plantas ornamentais. Nesse espaço, encontram-se produtos como feijão, amendoim, mandioca, batata inglesa, batata doce, abóbora, moranga, espinafre, alface, rúcula, repolho, couve, couve-flor, salsa, cebola, tomate, manjerona, pimentão, pepino, vagem, cenoura, rabanete, beterraba, banana, mamão, laranja, bergamota, ovos, mel e mudas de plantas e plantas ornamentais diversas (Figuras 06/07).

Figuras 06 e 07: Pavilhão IV - Hortifrutigranjeiros e plantas ornamentais.

Fonte: Arquivo pessoal de Juliana Franchi da Silva, 2019.

As mulheres que trabalham no Feirão Colonial são de diferentes grupos étnicos (indígenas, alemãs, italianas, afrodescendentes, entre outros) e muitas se deslocam de outros municípios da vizinhança de Santa Maria para colocarem seus produtos à venda na

feira. Geralmente elas são acompanhadas de seus familiares. O Feirão Colonial representa um espaço pródigo para a "reprodução das vivências e interações sociais da condição camponesa" (ZANINI, SANTOS, 2017).

As trabalhadoras camponesas provenientes da agricultura familiar e também as mulheres que moram na cidade, no caso as que produzem artesanato, mesmo não abandonando as atividades domésticas, mas acrescentando mais trabalho para produzir e comercializar seus produtos agrícolas, agroindustriais ou de artesanato, buscam, por meio de suas atividades, autonomia e uma renda que lhes possibilite a melhora da qualidade de vida e bem-estar. O que falar sobre o trabalho das mulheres no Feirão? Se observarmos a rotina das mulheres por nós pesquisadas, tem-se um cotidiano marcado pelo trabalho, em suas diferentes divisões sexuais, pelos seus papéis no interior da família e uma constante preocupação com os cuidados e a sobrevivência do grupo familiar. O espaço de venda nas feiras se torna, por vezes, o maior espaço de autonomia que possuem, no qual são protagonistas e podem gerenciar sua renda, seu tempo e seus projetos. Além disso, conseguem vislumbrar novas possibilidades de relações sociais e de trabalho, para além dos contextos nos quais foram socializadas.

Segundo Brumer e Paulilo (2004), na agricultura as mulheres têm ocupado uma posição de subordinação à autoridade centralizada pelos homens, razão pela qual seu trabalho é (em muitos casos) definido como *ajuda*, mesmo quando elas trabalham tanto quanto os homens e realizam as mesmas atividades. Conforme a referência das autoras acima, a mulher inserida na agricultura trabalha tanto ou mais que o homem, tendo em conta, que quase sempre, deve dar conta das tarefas domésticas e dos cuidados com a família, além de consagrar parcela de seu tempo ao desempenho de importantes atividades produtivas. No entanto, ainda é possível observar certa divisão de tarefas quanto ao trabalho do homem e

da mulher no Feirão Colonial. O espaço da lavoura, por exemplo, em muitas situações, é o homem que faz o plantio e cuida, cabendo à mulher trabalhar mais na horta e no trabalho no panifício e na produção de doces no espaço doméstico. E quando indagadas, elas dizem que "ajudam" seus maridos na lavoura. Mas, em nenhum momento elas falam que eles as ajudam a produzir pães ou bolachas caseiras, quando não há mecanização. Como ressalta Juliana Franchi da Silva, em seu diário de campo:

> Uma entre tantas dicotomias que eu observei no campo de estudo, mesmo no pouco tempo em que estou inserida (foram apenas três sábados de observação) foram às relações de gênero, mulher X homem, pois muitos dos feirantes são constituídos pela família e moram no meio rural da cidade de Santa Maria e outros municípios como São Pedro do Sul, Agudo, Pinhal Grande, Jaguari, Ivorá, Formigueiro, entre outros. Conforme os autores que já li, no mundo rural, a vida da mulher camponesa sempre "foi marcada e regrada" pela família e no ritmo do campo. Por muito tempo, pairou uma rígida divisão de papéis, tarefas e espaços. Para o homem, o trabalho da terra e as transações do mercado. Para a mulher, a casa, cuidado com os filhos, a criação de animais, o galinheiro e a horta.
>
> Desse modo, pode-se observar na feira uma divisão do que é trabalho de mulher e o que é o trabalho do homem. Ao conversar com uma família na feira, pude observar que ambos produzem produtos para comercializar, mas na hora de colocar o preço é diferenciado. Ele coloca o preço no mel e na rapadura feita com açúcar mascavo e amendoim. Ela coloca o preço no restante como chimias, panificação, artesanato e outros. Outro ponto que me chamou a atenção, é que quem conversou comigo foram os homens, as mulheres somente quando eram chamadas pelos mesmos. E isso foi em todos os locais que havia casais. Isso me pareceu uma reprodução do espaço familiar, quando se trata das desigualdades em

> relação ao espaço público X espaço privado. Senti que como eu estava ali como pesquisadora, as mulheres se sentiram inibidas, pois não sabiam do que se tratava e coube aos homens ver a carta de apresentação e falar comigo. Além disso, quem atende os clientes em sua maioria são as mulheres, entregam os produtos e recebem o dinheiro. Cabe ir mais a fundo saber como é dividido o dinheiro da feira entre ambos, ou se ainda a parcela maior fica com o homem (Diário de campo de Juliana Franchi da Silva, 2019).

Observa-se, no atual cenário político e econômico brasileiro, um desmonte de políticas agrícolas para a agricultura familiar, o que tem impacto a vida das famílias, especialmente das mulheres, que tem na feira a fonte principal de renda. No contexto da pandemia de Covid 19, com o fechamento de alguns espaços de comercialização, observaram-se as limitações por elas sofridas. Pensando-se que os lugares de gênero são social e historicamente construídos, há que se observar a importância de políticas que gerem equidade (BRITO, 2001)[5] na diversidade dos cenários possíveis.

Ao tratar de desigualdade de gênero, Biroli e Miguel (2014), apontam o quanto essas estão "geneticamente" ligadas à crítica às fronteiras convencionais entre o público e o privado, seja nas abordagens teóricas, nas práticas políticas, bem como nas normas e nas instituições. Para as autoras, não há como haver sociedade justa quando as relações na família são estruturalmente injustas. Para Bourdieu (2002), quando se trata de estudar a questão de gênero no mundo camponês, há uma dominação masculina no campo,

5 Para Hirata e Kergoat, 2008, p.266): "A divisão sexual do trabalho é a forma de divisão social do trabalho decorrente das relações sociais entre os sexos; mais do que isso, é um fator prioritário para a sobrevivência da relação social entre os sexos. Essa forma é modulada histórica e socialmente. Tem como características a designação prioritária dos homens à esfera produtiva e das mulheres à esfera reprodutiva e, simultaneamente, a apropriação pelos homens das funções com maior valor social adicionado (políticos, religiosos, militares etc)".

isto é, uma violência simbólica na qual está introjetado o papel de submissão da mulher. Transformar algumas dessas posições estruturalmente cultivadas por meio da socialização das mulheres nos contextos familiares, não é tarefa fácil. Juliana Franchi da Silva, em sua convivência com as mulheres feirantes durante a pesquisa, anota em seu diário de campo:

> Hoje estou lembrando de Bourdieu, a violência simbólica introjetada dentro da mulher. O que me chamou a atenção é que uma feirante me disse que quando eles vêm para a feira, ela na maior parte da manhã fica vendendo os produtos e conversando com os clientes, enquanto o marido vai ao centro e nas agropecuárias comprar insumos como sementes para a horta e animais. Apesar dela estar no espaço público da feira, quem manda ainda é o marido, principalmente quando se trata de comprar algo para plantar. E também, teve o outro momento, em que uma das mulheres ficou sozinha comigo e sem clientes, então, falou-me um pouco de seu trabalho cotidiano, mostrou-me seu artesanato e também me confidenciou sobre marido e planos. Ela também demonstrou que tem orgulho de seus filhos estarem estudando e quererem crescer na vida e se tornarem independentes. Isso me pareceu certa consciência no sentido de que ela quer uma vida diferente da dela para sua filha, por exemplo, que não seja subordinada a família ou marido como sempre foi (Diário de campo de Juliana Franchi da Silva, 2019).

É possível observar a mudança na vida das mulheres no Feirão Colonial de Santa Maria. São atuantes e dão conta da produção e comercialização de seus produtos, podendo administrar seus ganhos. Hoje elas podem ser potenciais consumidoras, conseguindo novas possibilidades para si e seus familiares, investindo em educação e qualidade de vida. E em sua maioria, orgulham-se do que

fazem, do seu trabalho. Em conversa com uma feirante sobre o seu trabalho na feira, ela disse o seguinte:

> Começamos a feira às 7h00min e saímos às 11h00min. É bastante cansativo na sexta-feira. Temos que arrumar tudo, os produtos para levar na feira sábado. Mas, pelo outro lado, é muito gratificante levar os nossos produtos sem veneno, chegar no sábado lá e as pessoas vir comprar alimentos saudáveis que nós produzimos na nossa propriedade. É muito gratificante as pessoas chegar na mamãe, esse tomate, esse morango, essa manga, é muito bom para mim. É maravilhoso ouvir coisas boas! (Colaboradora Mamãe, fevereiro, 2021).

Figura 08: Mamãe (interlocutora da pesquisa) colhendo figo em sua propriedade

Fonte: Arquivo pessoal da Colaboradora Mamãe, fevereiro, 2021.

Também, muitas das mulheres que trabalham com o artesanato veem o seu trabalho desvalorizado no momento em que as pessoas se aproximam das suas bancas para ver seus produtos e perguntam o preço. O artesanato não tem muita demanda na feira, apesar das pessoas olharem e gostarem, como ressaltado por uma interlocutora da pesquisa:

> Eu adoro o que faço. Faço com o maior carinho e bem feito, principalmente o acabamento. A gente gasta com materiais, linhas, tecidos, tintas, tem todo o nosso esforço para pintar, bordar e aí as pessoas vem, olham, dizem que é caro, fazem uma careta e saem. Não valorizam o nosso trabalho, infelizmente. (Colaboradora E., junho 2019)

Quando se fala em trabalho não se pode desliga-lo do corpo e da saúde, pois para que as pessoas possam trabalhar, elas precisam estar bem física e psicologicamente. Por isso a necessidade de tratar e dar atenção à saúde das mulheres. Nem sempre o Estado consegue dar conta dessa demanda e melhorar as políticas públicas nessa área.

O Programa de Assistência Integral à Saúde das Mulheres (PAISM) foi criado em 1983 pelo Ministério da Saúde, procurando trazer alguma agilidade e olhar mais focado nas mulheres e famílias (COSTA, SILVESTRE, 2004 apud FONSECA SOBRINHO, 1991). Em nível internacional, as práticas de saúde com um olhar mais direcionado às mulheres também se ampliou, não se podendo negligenciar a importância do movimento feminista nessas conquistas. Ao se tratar da saúde do corpo, muitas feirantes necessitam do atendimento do SUS (Sistema Único de Saúde), enquanto outras adquiriram planos de saúde para a família. As feirantes, ao falar dos problemas em relação ao corpo e saúde, queixam-se de dores nas costas e braços, principalmente na coluna, devido ao trabalho pesado. O cansaço nas pernas também é salientado, pois muitas das mulheres permanecem muito tempo em pé desempenhando suas atividades, de domingo a domingo, como ressaltam. Também falam do trabalho pesado de seus maridos na lavoura, sendo que alguns homens já fizeram até cirurgias. Queixam-se também que suas mãos já não são mais as mesmas, hoje estão calejadas, os dedos duros por causa das dores, sofrendo com artrose e trabalhos repetitivos. Contudo, mesmo assim, aos sábados ali estão

com as bancas repletas de seus produtos. Observa-se assim, que o corpo disciplinado para o trabalho se cala diante das dores e mal-estares visando à manutenção e sobrevivência das famílias. É um corpo também constantemente comparado àqueles das mulheres urbanas, consideradas mais privilegiadas por não desempenharem atividades na lavoura, terem férias e dias de descanso. Há uma perspectiva de que o trabalho camponês é desvalorizado e estigmatizado, por vezes. Contudo, apesar dessas narrativas, compreendem que o trabalho das mulheres no Feirão Colonial agrega valor à agricultura familiar local e muito contribui para o desenvolvimento econômico da região. Compreendemos que mereceriam, dessa forma, ser reconhecidas em suas especificidades, assim como seu corpo e sua saúde como um todo.

MULHERES DO CAMPO, CORPO E FEIRA: A FEIRINHA DE CAMOBI

Popularmente conhecida como "Feirinha de Camobi", a feira de legumes, verduras, frutas, artesanatos, embutidos e derivados, é um evento semanal que acontece na Avenida Roraima, bairro Camobi, em Santa Maria. A avenida é a principal via de acesso à Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E é por volta das 4h30min da madrugada das quartas-feiras e sábados que se iniciam os preparativos, a organização das barracas e bancas que ficam dispostas com produtos até por volta das 13h da tarde do mesmo dia. Nesse ambiente, dezenas de mulheres agricultoras, artesãs, seus companheiros e/ou filhas/os, realizam a comercialização de alimentos e/ou artesanatos produzidos no meio rural, no urbano ou adquiridos de terceiros[6].

6 Uma parte das e dos feirantes adquiriam frutas, legumes e verduras da Central de Abastecimento do Rio Grande do Sul (CEASA/RS). Para maiores informações sobre esta empresa acesse o link: http://ceasa.rs.gov.br/historia/#:~:text=A%20CEASA%2FRS%20(Centrais%20de,Agricultura%2C%20Pecu%C3%A1ria%20e%20Desenvolvimento%20Rural.

Com mais de vinte anos de história, contribuindo na circulação e manutenção da renda, a feira estabelece um circuito curto de economia (ZANINI, 2018), de produção e venda que potencializa o giro e fortalecimento da economia local. A pesquisa nesse espaço vem sendo realizada desde 2011, contudo o enfoque no corpo e saúde foi concentrado entre os anos de 2016 a 2019, por meio de uma etnografia de rua (ECKERT, ROCHA, 2003), fazendo com que, enquanto pesquisadoras[7] Maria Catarina Chitolina Zanini e Luana Isabel Klatt, acompanhassem as mudanças de disposição cultural, os formatos, cores, formas, enquadramentos e demais transformações na ambiência urbana. Tivemos o privilégio de poder acompanhar muitas das transformações pelas quais a feira passou ao longo desse tempo.

A feira apresentava uma dinâmica distinta nos dois dias da semana. Nas quartas-feiras encontrávamos entre 12 e 15 barracas expostas pela calçada e que chegavam até 25 aos sábados[8]. Ainda na década de 90, quando se iniciaram os encaminhamentos e realização das primeiras feiras, ela ocorria somente aos sábados, com menos barracas e movimento de consumidores. Segundo Zanini (2018), uma das narrativas acerca do surgimento da feira[9] é a da organização das camponesas em parceria com a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER). A chegada e participação de homens, seus maridos, ocorreu posteriormente com

7 Durante os anos de 2014-2019 foi desenvolvido o projeto de pesquisa "Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul", financiado pela CNPq, coordenado pela professora e orientadora Maria Catarina Chitolina Zanini e demais bolsistas pesquisadoras.

8 Nos anos de 2011-2014, iniciou-se o primeiro projeto de pesquisa vinculado à feira "Mulheres camponesas: produtoras, distribuidoras e consumidoras" junto às feiras de Santa Maria. Segundo Zanini (2018), a "Feirinha de Camobi" contava com cerca de 5 a 6 barracas na quarta-feira e 11 a 13 nos sábados.

9 Froelich (2015) ressalta que: "Fazendo etnografia na feira: uma etnografia entre mulheres camponesas em Santa Maria, no Rio Grande do Sul" outras tentativas de desenvolvimento da feira.

o crescimento das vendas e demanda de produtos. Os homens, igualmente, tornaram-se responsáveis por trazer os produtos para as feiras e dirigir os automóveis que foram sendo adquiridos ao longo dos anos, com a renda na feira.

A entrada e a permanência das pesquisadoras no espaço da feira foram sempre devidamente negociadas[10] com as pessoas envolvidas, como também o nosso interesse em estar e permanecer ali durante anos. Conforme compreende Fonseca (2010), a percepção sobre ética não pode ser resumida a um consentimento livre e esclarecido, mas é ser e ter transparência como os objetivos de pesquisa, além de diálogo em todo seu percurso. A ética, assim, perpassa culturas, idades, gênero, escolaridade e tem a necessidade de ser tratada com as pessoas conforme sua realidade e contexto.

Mesmo com a permissão concedida, uma das formas de reforçar nosso pedido a cada dia de feira para acompanhá-las/os era: "Bom dia! Podemos"?[11] Recebendo este sim, seguíamos nosso acompanhamento para conhecer mais de sua rotina de trabalho, cuidados com a saúde e sobre as comercializações. A realização de registros fotográficos ou fotos foi outro elemento que nos levou a solicitar e analisar sua viabilidade. As fotos das barracas, das bancas, alimentos e artesanatos nos eram permitidas sem maiores interferências, porém, era comum encontrarmos resistência quanto à realização de registros nos quais as/os feirantes aparecessem. Essa decisão era respeitada, conforme cada expositor/a preferia (Figuras 09/10/11).

10 A inserção no campo foi autorizada mediante a negociação e apresentação do projeto, respeitando o acordo estabelecido com o grupo e pelo Código de Ética do Antropólogo e da Antropóloga, alterado na gestão 2011/2012. O código pode ser acessado em http://www.portal.abant.org.br/codigo-de-etica/. Igualmente, os resultados da pesquisa forma sendo devolvidos aos interlocutores.

11 Esta breve interlocução se realizava constantemente, a fim de estabelecer a importância e respeito que tínhamos com as pessoas que trabalhavam e integravam o meio a qual estávamos interferindo.

Figuras 09, 10 e 11: Imagens das proximidades da feira, suas cores, armações e interações que proporciona pela Avenida Roraima durante a semana.

Fonte: Arquivo das autoras.

Apesar da multiplicidade de pessoas e exposições que a feira trouxe aos olhos das pesquisas, nosso principal foco de análise se voltou às pessoas que provêm do meio rural. Tendo em vista o histórico santamariense de grupos migratórios, entre eles, dos italianos que se instalaram no interior, o espaço ainda é marcado por grupos com fortes valores culturais e religiosos, a exemplo da família como forte e importante valor (WOORTMAN, 1995), para além da organização produtiva. Assim, se na separação do trabalho hoje se apresentam rupturas e mudanças significativas quanto à hierarquia entre homens e mulheres, ainda temos a representação e reconhecimento do homem enquanto chefe de família. E foi a "arte" e o duro trabalho de fazer a feira que nos chamou a atenção para o engajamento e protagonismo que partia das mulheres, provocando rupturas temporais, sociais e culturais em sua forma de ser e estar no mundo. Se um dos pilares para a saída e venda de alimentos, segundo Froelich (2015) foi a necessidade de sustento familiar, por outro, também foi a possibilidade de sair de casa, entrar em contato com outras pessoas, ver e sentir outro ambiente social, aprendendo com rotinas, estilos, comercialização de produtos, entre outros.

As feirantes eram em média 13 mulheres[12], colonas[13], brancas, descendentes de imigrantes italianos, tendo uma faixa etária entre 45 a 75 anos e escolaridade entre 4º e 5º ano do antigo ensino primário[14]. Com raras exceções, as mais novas completaram o ensino médio ou tem alguma formação de nível superior[15]. Essas mulheres eram responsáveis por produzirem alimentos ou lanches caseiros como pães, cucas, bolachas, conservas, doces, queijos, verduras, legumes, grãos, vendiam ovos, embutidos e derivados (Figura 12).

Figura 12: Produção de frutas, legumes, temperos, pães e bolachas das agricultoras.

Fonte: Arquivos das autoras.

12 A referência ao termo "média" ocorre devido ao fato de que são essas as mulheres que durante os anos de pesquisa se mantiveram assíduas no espaço, sendo comum outras iniciarem a participação na feira, mas que acabaram desistindo de vender no local.

13 O termo colona é aqui compreendido como uma categoria identitária que descendentes de imigrantes italianos e alemães adotaram para se diferenciar dos grupos já presentes no país (Seyferth, 1993). Trata-se de camponeses que invocam para si uma origem diferenciada.

14 A escolaridade das mulheres era maior do que a dos homens, nos quais alguns frequentaram apenas meses de ensino.

15 Sobre a escolaridade das/os filhas/os das feirantes, Froelich (2015, p.212) considera que: "as mulheres feirantes recomendam aos seus filhos, especialmente às filhas, que continuem estudando, fazendo cursos superiores, reconhecendo assim a penosidade de seu próprio trabalho, trabalho que não proporciona férias, seguros, feriados, acúmulo de capital".

Para esse artigo, no entanto, foram selecionadas três interlocutoras em específico, as quais permitiram um acompanhamento mais próximo para o desenvolvimento da pesquisa. Eulália, Estatícia e Girassol[16] são agricultoras feirantes aposentadas que nos relataram seus incômodos, as dores físicas e psíquicas mais pontuais ou generalizadas que sentiam. Essas mulheres provêm de contextos com extenuantes jornadas de trabalho e carregavam suas vivências por meio das linhas e expressões marcadas nas mãos, na movimentação do seu caminhar, em sua gestualidade ou a falta dela, no olhar, na exalada de ar mais profunda, como abaixo registramos.

> Pouco movimento de pessoas. Girassol me contou que sentiu dormência pelo corpo e o olho "ciscando" durante a feira, sinais de que a diabetes ou o índice de glicemia estava alterada. Isso, segundo a mesma, se deu em virtude de ter consumido um pão com melado pela manhã, o que modificou sua alimentação rotineira. No geral ela se cuida com a alimentação, assim como também toma um "remedinho" para equilibrar seus índices (Diário de campo de Luana Isabel Klatt, julho de 2019).

Essas conversações, mesmo quando ocorriam rapidamente, ressaltavam o desejo, principalmente das mulheres, de falar sobre si, seu cotidiano, as experiências, conforme o que e como a realidade aos seus olhos se passava. Quando Girassol fala em "tomá um remedinho'', não significa que ela ignore ou não se atente aos cuidados com a sua doença, mas a compreende como um elemento que não a impede de seguir o serviço, do trabalho que necessita ser

16 Os nomes trazidos neste artigo são fictícios e tem como objetivo preservar a privacidade das pessoas envolvidas. Essa foi uma negociação ocorrida no processo de pesquisa.

executado diariamente. Produzir e comercializar sua produção, foi uma alternativa encontrada para manter o "giro de renda" e permanência no campo. Além do caráter econômico, a feira se transformou em um ambiente que proporciona e gera sociabilidade entre sujeitos, um lazer. E um importante fator para a reprodução da condição camponesa.

A referência ao corpo dormente e o olho que "cisca" ressaltam a importância do corpo e suas dimensões de uso contínuo, do ser e habitar esse todo. Observou-se, no espaço da feira, que o desgaste físico dos corpos das mulheres e demais feirantes, giravam em torno das suas aprendizagens e necessidade de sustento sobre a terra, com instrumentos manualmente manejados. Em meio a estas relações sociais de trabalho na família camponesa, ainda temos a diferença entre o "serviço" do homem e da mulher que são diferentemente demarcados. As relações hierárquicas de poder estabelecidas socialmente entre estes corpos (PAULILO, 1987) trazem consigo um reconhecimento e pesos sociais distintos. O cuidado com a casa e a família, típicos das mulheres, eram desconsiderados, como também sua força de trabalho, o que diria então da posse sobre a terra ou seu reconhecimento enquanto sujeito político (PAULILO, 2016).

Ao participarem da feira, as mulheres passam a frequentar mais espaços públicos, um mundo anteriormente muito habitado pelos maridos. Foi aprendendo a vender os produtos, desenvolvendo diferentes habilidades até então não conhecidas pela maioria das agricultoras, que esta nova forma de sustento foi tomando forma. Elas foram as principais responsáveis por analisar o que teve aceitação ou não nas vendas. Foram desafiadas e transpassaram seu modo de ser por meio da agência (ORTNER, 2007). Esta agência se relaciona com a incorporação subjetiva de aspectos culturais do meio em que vivem e como o performam no meio social.

Seu protagonismo em si não ameniza as situações sociais de desigualdade e dificuldade, mas ressalta formas de sobrevivência que

as feirantes desenvolveram. E mesmo adquirindo um "dinheirinho extra" com as comercializações, são as mulheres as que menos usufruem individualmente dos recursos dessa renda. O cuidado e sustento da família tomam as primeiras posições de seus gastos e investimentos. E esse trabalho pelo zelo familiar não apenas ocorria enquanto as crianças eram pequenas, mas se mantém, principalmente quando os jovens ainda moram com os pais ou com e para seus companheiros e parentes.

Observamos que há um considerável número de feirantes diabéticas/os na feira, entre eles, o marido de Eulália. Sofrendo com complicações em sua glicose e machucados em um dos pés, o feirante teve que passar por uma cirurgia no hospital universitário de Santa Maria (HUSM). Uma semana após a operação, Eulália nos relatou suas sensações perante o fato:

> Eulália conta que durante os últimos dias tem passado por períodos deprimidos, relacionados ao seu contexto e principalmente, por ter lembrado de sua filha mais nova. Ainda criança, passou muito tempo com ela no mesmo hospital em que seu marido foi operado. Apesar de hoje perceber que consegue falar sobre o assunto de uma maneira mais tranquila, seus sentimentos e detalhes demonstram a dedicação e questionamentos que mantém até hoje sobre o tratamento e cuidados oferecidos ao atendimento com a mesma (Diário de campo de Luana Isabel Klatt, janeiro de 2019).

É por meio das narrativas de Eulália que percebemos como o fato de seu marido ter sido operado no mesmo hospital em que a filha doente e já falecida passou muito tempo, revive as dificuldades, emoções e sentimentos que o estado de saúde da mesma a proporcionou. Seus períodos deprimidos pareciam estar intrínsecos ou conectados a suas queixas e mal-estar físico e psíquico. Para Helman (2007), compartilhar uma dor individual é

transformá-la em um evento social, sendo expressas de diferentes formas por cada pessoa e grupo. Dessa maneira, compartilhando seu histórico de lutas, dores e superações, transpassava seu estado de espírito ao ser e sentir corporal. Ao compartilhar momentos delicados conosco, estabeleciam-se relações de confiança, de "compromisso com o rosto" (GIDDENS, 1991) ao estarmos ouvindo ali. A agricultora partilhava um pouco da dedicação exercida por longos anos ao marido e junto às suas três filhas, incluindo a falecida na infância.

Enquanto Eulália era uma das responsáveis pelo cuidado com o marido diabético, no cotidiano de Girassol e Estatícia, eram elas que cuidavam de si. Foi necessário aos três, o marido de Eulália, Girassol e Estatícia, a realização de adaptações alimentares frente ao seu contexto e diagnóstico de saúde. As mulheres feirantes foram mais adeptas e cautelosas do que ele, com sua doença. Nas três situações, era perceptível a dificuldade de se manterem nas dietas, evitando certos alimentos, principalmente os mais caseiros, mas não a ponto de ignorar cuidados, como o sufoco que Estatícia certa vez passou devido às instabilidades de sua glicemia. Dentre as mudanças, algumas situações foram pontuais para que ela ocorresse:

> Com os olhos mais distantes que ao longe desenham lembranças da sua história, Estatícia conta que passou por algumas horas em coma, a cerca de 4 anos atrás, na luta pela sobrevivência. Depois do ocorrido, começou a utilizar outras medicações para equilibrar a diabetes. O sufoco que passou, ocorreu devido a um aumento do nível de glicose, que a desacordaram e cegaram durante algumas horas (Diário de campo de Luana Isabel Klatt, maio de 2018).

Da mesma forma, a feirante, ao ser interpelada sobre as alterações destacavam sua nova rotina, como foi se adaptando:

> Estatícia precisa tomar três injeções ao dia para controlar a diabetes, uma "herança" de família, as quais são feitas pelo umbigo. O motivo do local é que a marca do processo não seja visto no corpo "nu", socialmente apresentado. Suas expressões são de muita dor a cada sessão (Diário de campo de Luana Isabel Klatt, maio de 2018).

Na mesma manhã, Estatícia constatou mais sintomas:

> Outra dor que a afeta é um "choque" que sente quando entra em contato com determinados metais, como por exemplo, a panela que Estatícia quase deixou cair por sentir uma transitividade pelo corpo. Seus dedos às vezes também incham e dificultam a sua movimentação. A necessidade do trabalho, dinheiro e organização familiar leva a mesma a não desistir das lutas diárias (Diário de campo de Luana Isabel Klatt, maio de 2018).

Nessas narrativas, percebemos a ênfase das histórias e complexidades que envolvem a compreensão de saúde, mente/corpo destas mulheres. Atrelada a uma rotina de trabalho, na qual o corpo precisa e é utilizado para as diferentes tarefas cotidianas, medidas para amenizar os sintomas são tomadas, mas sem deixar o serviço de lado, inclusive a automedicação e uso de técnicas tradicionais, como a benzedura e o uso de ervas. Por meio das narrativas das mulheres, percebemos que elas trabalharam e ainda trabalham muito no campo e cotidiano, mesmo depois de se aposentar com um salário mínimo nacional. É importante que diferentes medidas públicas sejam tomadas para valorizar as agricultoras, como no que tange ao oferecimento de projetos que trabalhem com a importância do cuidado com saúde, com o corpo físico e psicológico. Os atendimentos poderiam ser realizados por meio de uma saúde pública de qualidade por meio do SUS, a quem necessita e não tem convênios ou instituições particulares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A luta e o trabalho das mulheres no espaço do Feirão Colonial de Santa Maria e na Feirinha de Camobi são constantes, acontecem nos dias de feira e nos demais dias da semana, em suas casas, lavouras e hortas. Os dias de feira condensam muitos dias anteriores de trabalho, produção e preparação dos produtos a serem comercializados. Mesmo diante de toda a instabilidade política, econômica e da saúde pela qual passa o país, essas mulheres não desistem da busca por reconhecimento e por uma melhor qualidade de vida para sua família. Assim, tomam atitudes para mudar o curso de sua história que, na maioria das vezes, é esquecida pelas políticas públicas e pela própria sociedade civil. Num corpo extenuado, levado à exaustão no trabalho doméstico, nas lavouras e nas feiras, essas mulheres se tornam protagonistas e mudam, em muitos casos, as situações econômicas das famílias, trazendo uma renda constante e permanente por meio do trabalho nas feiras.

Historicamente a socialização das mulheres na formação das famílias camponesas no Sul do Brasil foi baseada no culto ao trabalho como valor e virtude étnica, presente num habitus camponês marcado pela penosidade e repetitividade de algumas atividades. Compreender a luta das mulheres contra as opressões historicamente postas é muito importante (FEDERICI, 2017). Opressão essa que pode ser observada também nos cuidados que podem ter com o corpo e consigo mesmas. Que espaço e tempo essas mulheres têm uma melhora em sua qualidade de vida? Quanto tempo e recursos dispõem para cuidar da saúde e de seu bem-estar? Como envelhecer com qualidade de vida? Essas eram perguntas que as mulheres se faziam quando por nos interrogadas sobre cuidados de si e corpo. Às vezes o acesso a um bom atendimento de saúde e a medicamentos era muito comemorado, salientando o quanto havia impacto seu cotidiano e bem-estar.

Em suma, esse artigo procurou, brevemente, apresentar dois cenários diferenciados de trabalho de mulheres nas feiras e também adentrar em suas vidas cotidianas. Por meio da reflexão acerca de questões de gênero, corpo, trabalho e cotidiano, cruzamos com questões familiares, domésticas, rotinas, saúde, busca por autonomia e algum protagonismo. Como nossas pesquisas têm constatado, o espaço das feiras tem sido extremamente importante para essas mulheres, permitindo que algumas, hoje, não compreendam mais suas existências sem esses espaços de trabalho e troca. São necessárias, contudo, políticas públicas mais abrangentes para melhorar a saúde e a qualidade de vida dessas feirantes, inclusive quanto à saúde mental e políticas de reconhecimento.

Agradecunento

Agradecemos a Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) e ao CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) pelo financiamento dessas pesquisas, seja por meio de recursos financeiros e/ou concessões de bolsas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

BOURDIEU, Pierre. O camponês e seu corpo. **Rev. Sociol. Polít**. Curitiba: 26, p. 83-92, jun. 2006.

BRETON, David Le. **Antropologia do Corpo e Modernidade.** Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

BRITO, Sebastiana Rodrigues de. **Mulheres e trabalho agrícola:** novas perspectivas ou redesenhos de precariedades? Revista Espaço Aberto. V. 10, n.10, Rio de Janeiro: PUC-RJ, out. /dez. 2001.

BRUMER, Anita; PAULILO, Maria Ignez. As agricultoras no sul do Brasil**. Estudos Feministas,** Florianópolis, v. 12, n. 1, 2004.

BUTLER, Judith. Fundamentos contingentes: o feminismo e a questão do "pós-modernismo". **Cadernos Pagu**, (11), 11-42, 2013. Recuperado de https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8634457.

CARNEIRO, Maria José. **Camponeses, Agricultores e Pluriatividade.** Rio de Janeiro. 1998.

CARNEIRO, Maria José. Herança e gênero entre agricultores familiares. **Estudos Feministas**, v. 9, n. 1, 2001, pp. 22-55.

CIELO, Daniele Palma. **Entre agências, etnias e sociabilidades:** o Feirão Colonial de Santa Maria/RS como um mercado possível aos camponeses da região**.** 2017. 93 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2017.

COSTA, Ana Maria; SILVESTRE, Rosa Maria. Uma reflexão sobre poder, mulher e saúde: dilemas para a saúde reprodutiva. IN: VENTURI, Gustavo; RECAMÁN, Marisol; OLIVEIRA, Suely de. (Orgs.) **A mulher brasileira nos espaços público e privado.** São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2004.

DILL, Lourdes. Conversa com a pesquisadora no Feirão Colonial de Santa Maria. 2019.

ECKERT, C.; ROCHA, Ana Luiza Carvalho da. "Etnografia**:** saberes e práticas**".** In: Céli Regina Jardim Pinto e César Augusto Barcellos Guazzelli. (Org). **Ciências Humanas: pesquisas e método**. Porto Alegre: Editora da Universidade, 2008, p.1-23.

ECKERT, Cornelia; ROCHA, Ana Carvalho da Rocha. Etnografia de rua: estudo de antropologia urbana. **Revista Iluminuras** - Publicação Eletrônica do Banco de Imagens e Efeitos Visuais - NUPECS/LAS/PPGAS/IFCH/UFRGS. Capa > Edições anteriores > v. 4, n. 7, 2003. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/iluminuras/article/view/9160/5258> Acesso em: 02 de março. 2021.

FEDERICI, Silvia. Entrevista **Silvia Federici: O capitalismo tenta destruir nossas memórias.** 2017. Disponível em: https://revistacult.uol.com.br/home/silvia-federici-o-capitalismo-tenta-destruir-memorias/. Acesso em: 04 março 2021.

FONSECA, Claudia. ***Família, fofoca e honra:*** **etnografia de relações de gênero e violência em grupos populares.** 2. ed. Porto Alegre: EdUFRGS, 2004.

FONSECA, Cláudia. Que ética? Que ciência? Que sociedade? In: FLEISCHER; SCHUCH (orgs). Ética e regulamentação na pesquisa antropológica. Brasília: Letras Livres; Editora da Universidade de Brasília, 2010. p.39-70.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**. Petrópolis: Vozes, 1977.

FROELICH, Patrícia Rejane. Fazendo etnografia na feira: uma etnografia entre mulheres camponesas em Santa Maria, no Rio Grande do Sul. **Mercados, Campesinato e Cidades: abordagens possíveis.** São Leopoldo: Oikos, p. 185-220, 2015.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das Culturas**. Rio Janeiro: LTC, 1989.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991.

HELMAN, Cecil - A abrangência da antropologia médica. Cuidado e cura: os setores de atenção à saúde. **Cultura, Saúde e Doença.** Artmed Porto Alegre. 2007.

HIRATA, Helena; KERGOAT, Daniéle. Divisão sexual do trabalho profissional e doméstico: Brasil, França, Japão. IN: COSTA, Albertina de Oliveira; SORJ, Bila; BRUSCHINI, Cristina; HIRATA, Helena. (Orgs.). **Mercado de trabalho e gênero:** comparações internacionais**.** Rio de Janeiro: FGV, 2008. p. 263-278.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1984.

MAUSS, Marcel. As técnicas do Corpo. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosacnaify, 2005. p. 399-422.

OLIVEIRA, Roberto Cardoso. **O trabalho do antropólogo:** olhar, ouvir e escrever**.** Revista de Antropologia, USP, v.39, nº1, 1996.

OLIVEIRA, Silvana Silva de. **Pegando feira:** trocas, reciprocidade e mercado no Feirão Colonial em Santa Maria. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Centro de Ciências Sociais e Humanas. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, RS, 2015.

OLIVEIRA, Silvana Silva de (Org.); DUTRA, Maria Rita Py (Org.); ZANINI, Maria Catarina Chitolina (Org.). **Somos todas mulheres iguais!** Estudos antropológicos sobre feira, gênero e campesinato. 1. ed. São Leopoldo: Editora Oikos, 2015.

ORTNER, Sherry. B. Subjetividade e crítica cultural. **Horizontes antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n.28, p. 375-405, jul./dez. 2007.

PAULILO, Maria. I. S.. O peso do trabalho leve. **Revista Ciência Hoje**, Rio de Janeiro, v. 5, n.28, 1987.

PAULILO, Maria I. S. Trabalho familiar: uma categoria esquecida de análise. **Mulheres rurais:** quatro décadas de diálogo**.** Florianópolis: Ed. UFSC, 2016. p.183-219.

PISCITELLI, Adriana. Interseccionalidades, categorias de articulação e experiências de migrantes brasileiras. **Sociedade E Cultura**, 11(2), 263-274, 2008.

PERROT, Michele. **Minha história das mulheres**. São Paulo: Contexto, 2007.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Revista Educação e Realidade**, Porto Alegre, n.2, vol.15, p.5-22, 1990.

SCOTT, Joan. A invisibilidade da experiência. Projeto História. 274 Sociedade e Cultura, v.11, n.2, jul/dez. 2008 **Cultura e Trabalho.** PUC-SP. São Paulo, n. 16, fev/98, p. 297-327, 1998.

SEYFERTH, Giralda. Identidade camponesa e identidade étnica (um estudo de caso). **Anuário Antropológico 91**, p. 31-63, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1993.

STRATHERN, Marilyn. **O Gênero da dádiva:** problemas com as mulheres e problemas com a sociedade na Melanésia. Campinas: Ed.Unicamp, 2006.

WOORTMANN, Ellen. Teorias do campesinato e teorias do parentesco. **Herdeiros, parentes e compadres**. São Paulo: Hucitec, Brasília: UnB, 1995.

ZANINI, Maria Catarina Chitolina. **Mercados, campesinato e cidades:** abordagens possíveis. São Leopoldo: Oikos, 2015.

ZANINI, Maria Catarina Chitolina; SANTOS, Miriam de Oliveira. **Feiras, feirinhas e feirões: a economia dos centavos em foco.** São Leopoldo: Oikos, 2017.

ZANINI, Maria Catarina Chitolina. Narrativas de uma etnografia na feira: é só sentar e escrever? **Saberes Tradicionais e Artesanato:** expressões culturais do campo brasileiro. São Leopoldo: Oikos, 2018.

ZANINI, Maria Catarina Chitolina. Oh gringa! Tem raditi hoje? Etnicidade, memórias e trabalho na feira. **Gênero e Campesinato no Sul do Brasil:** dominação masculina e transformação. Curitiba: CRV. 2018. p. 99-121

A VENDA DIRETA DE PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR E O CASO DA FEIRA CORUJÃO – RIO CLARO/SP

AUTORES

DARLENE APARECIDA DE OLIVEIRA FERREIRA
darlene.ferreira@ unesp.br

WILYAN LUCIANO RODRIGO
wilyanrodrigo@yahoo.com.br

O reconhecimento do potencial multifuncional das propriedades rurais familiares é o primeiro passo para planejar e realizar o desenvolvimento municipal, quer pela ação individual ou comunitária, quer como objeto de políticas públicas. É com este objetivo que propomos o desenvolvimento do presente projeto[1], tendo, como escala de análise, estudo de caso a ser realizado no município de Rio Claro/SP. O objetivo da gestão de um determinado espaço está relacionado com as estratégias de desenvolvimento do mesmo, e, para tanto, a agricultura familiar exprime organizações espaciais que definem parâmetros para esse desenvolvimento, com sua inserção no mercado através de formas convencionais e alternativas. Nosso objetivo foi avaliar a importância da feira do produtor da agricultura familiar, também conhecida como Feira Corujão, para os produtores rurais/feirantes e para os consumidores/frequentadores da mesma.

O desenvolvimento da pesquisa tornou-se relevante por levar à identificação e entendimento das estratégias definidas no contexto municipal de Rio Claro-SP para manutenção de pequenas propriedades, trabalhadas com mão de obra familiar e que se encontravam desarticuladas, social e economicamente. O município de Rio Claro tem características urbano-industriais nítidas que, ao longo do tempo, fizeram da área rural um espaço desarticulado e dominado pela monocultura da cana-de-açúcar.

Através da formação de uma associação, e depois da transformação da mesma em cooperativa, as ações dos gestores públicos locais levaram à inserção desses produtores familiares cooperados ao mercado, seja ele institucional (PAA e PNAE) ou de venda di-

1 O presente texto é parte do projeto intitulado Multifuncionalidade na Organização do Espaço pela Agricultura Familiar: abordagens comparativas sobre a paisagem rural nos estados de MG, RS e SP; financiado pelo CNPq/Processo: 476587/2013-1-Chamada: Universal 14/2013 - Faixa B - até R$ 60.000,00, junto DGPA-IGCE-UNESP-Rio Claro, com a participação de Bolsista PIBIC/CNPq. Primeira versão do texto no XXIII ENGA.

reta aos consumidores. Assim contextualizado, nosso objetivo foi avaliar a Feira Corujão sob a ótica dos produtores rurais/feirantes e dos consumidores/frequentadores.

Para tanto, se efetuou a pesquisa ao longo de 2015 e 2016, em duas fases, cada uma dedicada a um grupo específico: produtores rurais/feirantes e consumidores/frequentadores. O levantamento de informações foi realizado, primeiramente, segundo técnicas de observação simples e registro em caderno de campo com visitas esporádicas à Feira. Em seguida, ocorreu elaboração, teste e aplicação de formulários junto aos produtores rurais/feirantes e consumidores/frequentadores.

As questões foram estruturadas e ordenadas conforme a necessidade da pesquisa e, de acordo com o tipo de informação desejada, abordando os seguintes elementos: *propriedades agrícolas* (tamanho, atividade principal, nível de renda e investimentos, equipamentos existentes nas propriedades que permitam uma diversificação das atividades); *produtores familiares*, procurando identificar o potencial econômico, cultural, empresarial e educacional do grupo; *consumidores/frequentadores* (faixa etária, naturalidade, ramo de atividade profissional, bairro de origem). As informações levantadas foram tabuladas e compiladas em tabelas e gráficos e são parcialmente apresentadas neste texto.

AS TRANSFORMAÇÕES RECENTES DO AGRO E OS CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

Como já abordado por muitos autores, os avanços nos meios de transporte e de comunicação e a melhoria da qualidade de vida das populações provocaram mudanças fundamentais em relação ao comércio local. A materialização do processo de globalização, instituindo uma economia global, permitiu o acesso a produtos agrícolas antes inacessíveis. A sazonalidade que relacionava pro-

duto, local e tempo deixou de ser realidade, estando à venda, hoje, qualquer tipo de fruta e legume, seja qual a época do ano ou o local onde nos encontramos.

Essa realidade é abordada sob o prisma dos Movimentos Alimentares que, no contexto global, podem ser evidenciados em quatro correntes, conforme Giménez e Shattuck (2011). Para os autores o Estado, empresas, organizações filantrópicas e instituições globais têm produzido um conjunto de instituições, programas e campanhas vinculadas às agriculturas alternativas e movimentos alimentares, por exemplo *Buy Fresh, Buy Local* (EUA) ou *Local Food Program* (União Europeia).

As quatro correntes identificadas por Giménez e Shattuck (2011) são:

- neoliberal: corrente hegemônica, vinculada ao liberalismo econômico e de mercado, conduzida pelas corporações agroalimentares e gerida por instituições como o USDA, UE, OMC e o FMI, ela estabelece a empresa alimentar;
- reformista: pressupõe reproduzir o sistema, mitigando os efeitos negativos através de reformas suaves com base em redes sociais de apoio, mercados de nicho, iniciativas de responsabilidade social;
- progressista: estabelece a construção de alternativas com base na agroecologia e agricultura biológica e em redes comunitárias de consumidores e produtores;
- e, por último, a radical que visa promover reformas estruturais nos mercados e regimes de propriedade com base no conceito de soberania alimentar.

A consequência principal desse processo foi a distância que se estabeleceu entre o mercado e os produtores locais. As limitações de competitividade e afirmação ao nível de preços de mercado levaram muitas famílias produtoras ao abandono da atividade rural e, consequentemente, das terras agrícolas.

> Neste cenário surge a necessidade de estimular os produtores, empreendedores e prestadores de serviços para novas formas de oferta, desenvolvendo acções dirigidas à promoção dos produtos locais, conferindo visibilidade ao território e às pessoas que nele trabalham e habitam. Uma das alternativas passa pela criação e utilização de instrumentos e métodos que permitam testar novas formas de comercialização de proximidade, que auxiliem os pequenos produtores a escoar os seus produtos agrícolas directamente aos consumidores, decorrendo desta transacção um benefício para ambos os intervenientes (BANDEIRA et al., 2009, s/p.).

Adicionada a esses aspectos, ainda há uma desvalorização da atividade agrícola em relação àquelas atividades desenvolvidas em espaços urbanos como a indústria, o comércio e a prestação de serviços, consideradas essenciais para a geração de trabalho e renda. Muitos pequenos produtores têm uma história familiar vinculada à agricultura e produção, sem conseguir ou desejar se desvencilhar delas.

Diante de um novo cenário no qual os consumidores urbanos passaram a procurar bens e serviços rurais, buscando produtos locais de qualidade, espaços de lazer e recreio e atividades turísticas, estabeleceu-se a oportunidade para se encontrar dinâmicas e oportunidades de negócio que impulsionam a interação entre o rural e o urbano.

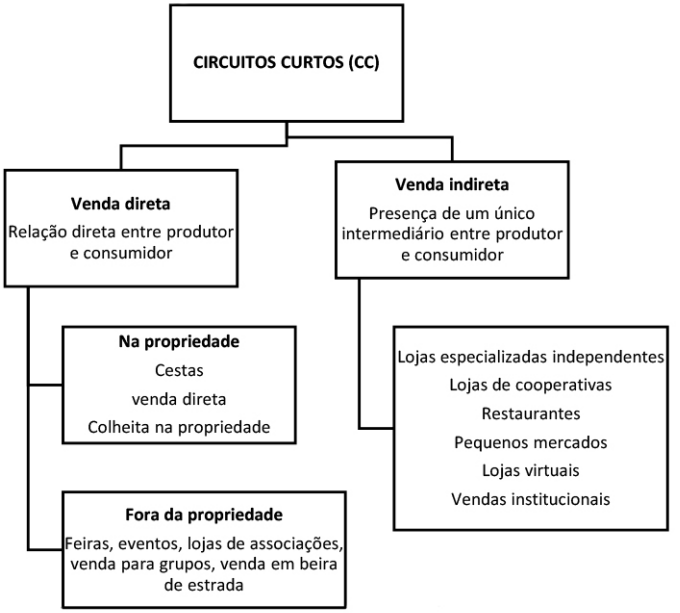
> The development of 'alternative food chains,' or networks has attracted much attention in recent years, with a new food politics beginning to fill gaps left by conventional government regulation and with the growing public concern over the provenance and manipulation of foods. From a rural development point of view, this new resurgence of interest in 'more natural' or 'more local' [...] types of food comes at a critical time for the land-based production sector (MARSDEN; BANKS; BRISTOW, 2000, p. 424).

A comercialização dos produtos agroalimentares, efetuada por venda direta do produtor ao consumidor, é uma dessas dinâmicas que associa uma proximidade geográfica e relacional entre produtores e consumidores, conforme Darolt; Lamine; Brandembrug (2013).

> As iniciativas bem sucedidas em CC acontecem, normalmente, em locais onde se verifica a formação de uma rede com estreita parceria entre o poder público, entidades não governamentais, organizações de agricultores e consumidores (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG , 2013, p. 12).

Tal processo perpassa o conceito de circuito curto agroalimentar (Figura 1).

Figura 1 - Tipos de circuitos curtos de comercialização



Fonte: Adaptado de: DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG (2013, p. 9).

No contexto da lógica progressista (GIMÉNEZ; SHATTUCK, 2011) a comercialização de produtos agroalimentares é distinta, porque tem bens comercializáveis cuja origem é local e identificada por produtor. O produtor/feirante intervém diretamente na produção e, frequentemente, também na transformação e comercialização dos produtos. Ao consumidor são apresentadas informações sobre a origem do produto, o seu modo de produção e as respectivas qualidades específicas. Todos esses aspectos desencadeiam um fluxo de comunicação entre produtores e consumidores, permitindo criar confiança mútua e diferenciar os produtos locais dos restantes.

Trata-se de formas de comercialização por proximidade, que não são novos. Entretanto, assumiram novas e diversas dimensões que conjugam múltiplas motivações por parte de consumidores e produtores.

A possibilidade de comprar produtos locais diretamente ao produtor é, para muitos consumidores, a forma mais satisfatória de garantir a qualidade, rastreabilidade e autenticidade aos produtos e uma maneira de apoiar a economia local. As preocupações pelas questões ambientais têm levado, igualmente, a um interesse crescente por métodos alternativos de comercialização dos alimentos. Os produtores, que não possam ou não pretendam aceder às exigências estabelecidas pelas cadeias de distribuição, optam por comercializar os seus produtos através de circuitos curtos. A aposta não é apenas escoar e remunerar melhor os produtos ou valorizar a qualidade e a singularidade de alguns deles, mas, frequentemente, conseguir obter o reconhecimento social da sua atividade (REDE RURAL, 2013, s/p.).

Ao olhar para os produtores rurais o que se constata é uma série de benefícios tais como: o escoamento regular dos bens produzidos, o aumento do rendimento dos produtores, o pagamento imediato e justo dos produtos, desencadeando, ainda, a possibilidade de diversificação das atividades da exploração. Na ótica dos con-

sumidores é uma relação benéfica, porque oferece o consumo de produtos diversos, frescos e com qualidade garantida pelo contato direto com os produtores.

Nessas circunstâncias, as feiras locais, como a aqui estudada, ou as feiras regionais que são realizadas sazonalmente em regiões como o Centro-Oeste e o Nordeste brasileiros podem associar e, em muitos casos constituem, o principal meio de escoamento de produtos agrícolas alimentares. São eventos organizados por organismos municipais articulados às associações de produtores ou outras, realizando-se com periodicidade regular, numa determinada época do ano ou em datas fixas, como a Feira do Corujão que acontece duas vezes na semana em uma cidade do interior paulista brasileiro.

É importante destacar que esses eventos trazem significativos retornos aos produtores, mas, também, para os territórios.

> Para além de permitirem escoar grande parte dos produtos produzidos na região, aumentar o volume de vendas e os rendimentos dos produtores, atraem visitantes e turistas, o que tem promovido o desenvolvimento de outras atividades ligadas ao artesanato, à gastronomia, ao turismo e à promoção da cultura e identidade das regiões (BANDEIRAS; ALVAREZ, 2007, s/p).

Apresentamos, aqui, aspectos gerais sobre uma iniciativa de circuito curto instituída no interior paulista, no município de Rio Claro, denominada Feira da Agricultura Familiar – Feira Corujão.

A FEIRA CORUJÃO: OS PRODUTORES RURAIS/FEIRANTES E OS CONSUMIDORES/FREQUENTADORES

A feira da agricultura familiar, também conhecida como *Feira Corujão*, foi criada no dia 12 de dezembro de 2012, em ação conjunta da Secretaria Municipal de Agricultura, Abastecimento

e Silvicultura com a Associação dos Produtores Familiares de Rio Claro, que se tornou cooperativa em 2014, tendo como objetivo valorizar o produtor e incentivar a produção agrícola local. As edições da feira acontecem em dois dias da semana, às terças e sextas-feiras, das 18h00 às 21h00, na Central de Agronegócio, oferecendo variedade de produtos, como frutas, verduras, legumes, cachaça artesanal, embutidos, pães, doces, lanches, tortas e, ainda, peças de artesanato confeccionadas pelos empreendedores do Programa de Economia Solidária (Figura 2).

Figura 2 – Organização interna da Feira Corujão

Fonte: Trabalho de campo, 2015.

A feira contava com 40 feirantes entre produtores rurais, artesãos e vendedores de alimentos preparados, recebendo entre 1000 e 1500 pessoas a cada edição. Esse número sofreu grande redução ao longo de 2020 em consequência da pandemia do Corona Vírus. Muitos dos feirantes com idade avançada deixaram de frequentar o local, bem como os consumidores. Como veremos mais adiante o espaço da feira oferecia atividades diversas que também ficaram comprometidas e o espaço transformou-se em um local no qual se

efetua uma compra rápida de hortifrutis, sem haver permanência para o consumo de outros produtos.

A organização da feira, em sua origem, tinha como objetivo ser exclusivamente um local para comercialização de produtos agrícolas de origem familiar, entretanto, ela se transformou em um local de grande circulação de pessoas o que atraiu a atenção de produtores e vendedores de outros bens e a agricultura familiar passou a ter representação minoritária.

Através do levantamento de campo realizado, pudemos identificar doze pessoas como produtores rurais/feirantes, dos quais onze são os proprietários e um é arrendatário, sete são do sexo masculino e cinco são do sexo feminino e os onze residentes nas propriedades. Encontramos sete proprietários cujo acesso à propriedade se deu através da compra, outros quatro por herança, havendo, como dissemos um arrendatário.

No tocante ao tempo o qual a propriedade pertence à família, varia entre dez anos e mais de cem anos (tabela 1), havendo propriedades ainda do período do café, que foram herdadas e mantidas por longo período com produção. O tamanho delas reflete a escolha pela produção de alimentos, em especial os hortifruti, já que, das onze propriedades, nove tem menos de dez hectares, uma mais de vinte e outra mais de trinta hectares.

Tabela 1 - Tempo em que à propriedade pertence à família (em anos)

Tempo em que a propriedade pertence à família (em anos)	Número de propriedades
1 – 10	3
11- 20	3
21 - 40	1
41 - 60	2
61- 80	2
Mais de 100	1

Fonte: Trabalho de Campo, 2015.

Tratamos, então, de propriedades pequenas, administradas e exploradas pelos proprietários, excetuando-se o arrendatário, em atividades agropecuárias (em todas elas hortifruti, em uma mais cana-de-açúcar e, em outra ainda, a criação de frangos), cuja mão de obra principal é familiar, auxiliada por assalariado permanente, uma delas, e temporários em três delas. Sabe-se que "[...] um dos pilares de sustentação das unidades produtivas de pequena escala é o trabalho familiar, que tem carga intensa e deve aliar diferentes competências (produção, transformação e comercialização) no intuito de diminuir custos e agregar valor aos produtos. Nesses sistemas, a autonomia do agricultor em termos de gestão, planejamento e comercialização é maior quando comparada à dos circuitos longos." (DAROLT; LAMINE; BRANDEMBURG, 2013, p. 10).

A renda média auferida nas propriedades é de dois a quatro salários mínimos, proveniente de atividades agropecuárias, principalmente, através do plantio e da venda de hortaliças. É importante ressaltar que os doze produtores/feirantes também participam dos programas de venda institucional do município de Rio Claro como o PAA e o PNAE.

Em relação aos equipamentos e implementos agrícolas, apenas dois dos produtores não os possuem, sendo que dez deles têm trator. Contudo, a assistência técnica está presente em apenas três propriedades, sendo este um problema sempre apontado por eles, a ausência de órgãos institucionais (estadual ou municipal) que os orientem tecnicamente. O financiamento da produção é prática entre 06 dos produtores/feirantes.

Em relação à feira se pôde diagnosticar que os principais motivos que levaram o agricultor a participar dela foram o incentivo dos órgãos públicos e a venda da produção, sendo que todos os produtores/feirantes pretendem continuar a vender os seus produtos, mostrando a importância da sua realização como forma de resistência comercial, pautada na relação direta com o consumi-

dor. Pudemos identificar que o peso da renda da feira na renda familiar do produtor/feirante varia entre 10% a 75%, mostrando a real importância da venda direta dos produtos. Além disso, "[...] a feira torna-se um espaço de afirmação da honra do agricultor, pois nela 'governa' a transformação de seu trabalho na terra em ganho" (FERRARI, 2014, p. 133).

A aceitação, por parte dos consumidores, dos produtos processados e semiprocessados é bem avaliada pelos produtores, que apontam praticidade como seu motivo principal, pois são comercializados já limpos, descascados, cortados e empacotados, facilitando o seu preparo. A prefeitura Municipal de Rio Claro, por meio da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, e Silvicultura, criou o Serviço de Inspeção Municipal (S.I.M), serviço sanitário responsável pela fiscalização e inspeção dos estabelecimentos que produzem algum tipo de alimento e, assim, objetivou transformar a produção artesanal desses produtos em uma atividade regulamentada nos moldes exigidos pelos orgão públicos, tornando-os mais lucrativos e contribuindo para o desenvolvimento do agricultor familiar.

Nos sistemas de venda direta a confiança do consumidor no produto que está adquirindo é um dos aspectos principais a ser analisado.

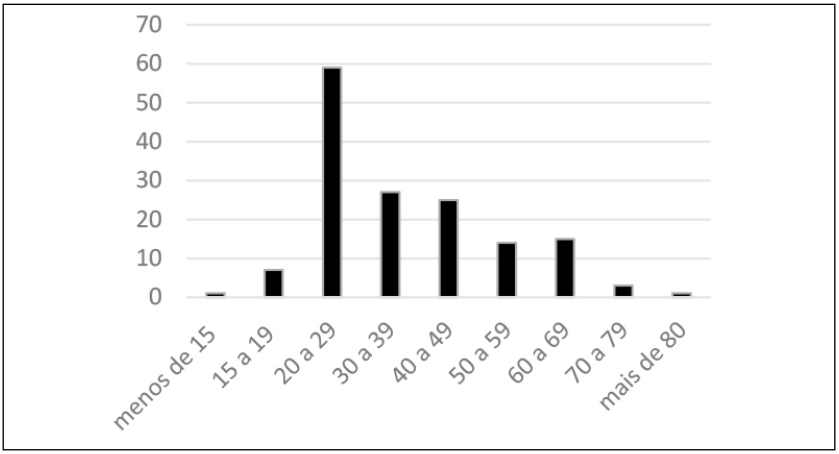
> Quando se discute mercados de agricultura familiar, pensa-se nas cadeias agrolimentares curtas, no processo de produção e comercialização de produtos agropecuários, cuja lógica é aproximar produtores e consumidores, permitindo uma conexão com maior interatividade, fundamentada nas relações de confiança mútua (ESTEVAN et al, 2014, p. 161).

Neste trabalho, não encontramos apenas consumidores de produtos agrícolas da Feira Corujão. Eles serão, aqui, denominados consumidores/frequentadores, pois além de espaço de consumo, a

feira é também espaço de lazer para muitos deles. As informações sobre o perfil dos entrevistados são baseadas em 152 questionários aplicados. Dos pesquisados 65,7% são do sexo feminino e 34,3% são do sexo masculino, evidenciando que são as mulheres, majoritariamente, frequentadoras da feira.

A figura 3 ilustra as faixas etárias dos consumidores/frequentadores:

Figura 3 – Consumidores por faixas etárias



Fonte: Trabalho de Campo, 2015.

Analisando a Figura 3 pode-se observar que predominam os jovens na faixa dos 20 aos 29 anos. Isto pode ser explicado pela grande presença de estudantes universitários, como exporemos mais à frente. Os frequentadores no intervalo de idade entre as faixas de 30 a 49 anos vem logo em seguida. Quando se considera que frequentar feiras era um hábito de um passado não muito distante, os frequentadores da Feira Corujão caracterizam-se como jovens que buscam alternativas de compras em espaços novos, além disso, trata-se de um grupo que, tendencialmente, tem se preocupado com nutrição e saúde, buscando alimentos frescos.

Essa tendência corrobora com Carneiro (1998) quando, discutindo as novas ruralidades, tratou dos fenômenos que passaram a chamar a atenção para o meio rural e um conjunto de valores típicos do velho mundo rural, e que se pensava estar em vias de extinção, mas que ganharam a adesão de pessoas da cidade. Os valores seriam a busca por relações diretas com a natureza; a compra de bens cujos ciclos produtivos e tempo de trabalho seriam mais longos e menos rígidos; valorizar o ar puro e a tranquilidade; desejar de relações mais profundas e valorizar a autodeterminação. Diante disso, pode-se perceber a razão para a presença jovem na feira estudada.

Outro aspecto pesquisado, que evidencia essa presença, diz respeito à profissão/ocupação dos entrevistados (Tabela 2). Prevalecem entre os consumidores/frequentadores os estudantes, que representam 34,86% dos entrevistados, 9,21% de domésticas/donas de casa e 6,5 de aposentados. Observa-se, ainda, que encontramos pessoas com escolarização, no mínimo de nível técnico, indicando que a feira é um canal de comercialização demandado por população que tem acesso aos mercados tradicionais, mas busca produtos de *qualidade diferenciada* e tem noções que são redefinidas na atualidade, valorizando "produtos com atributos que incorporam natureza, artesanalidade e tipicidade" (FERRARI, 2014, p. 131).

Do total de entrevistados, 148 são de Rio Claro, dois de municípios vizinhos (Araras e Corumbataí) e outros dois (Cotia e Campinas) que vieram conhecer a feira, em visita à cidade.

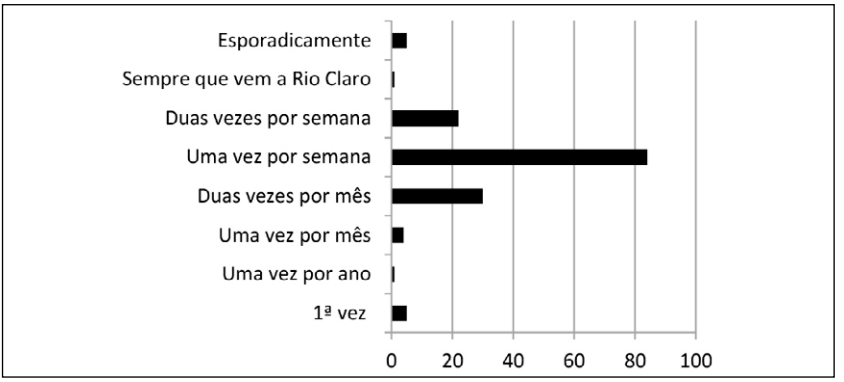
Ir à feira uma vez por semana é o hábito de 55, 26% dos pesquisados (Figura 4), havendo, ainda, aqueles que a visitam duas vezes por semana (14,47%).

Tabela 2 - Profissão/Ocupação dos consumidores - Frequência

Profissão/Ocupação	Frequência	Profissão/Ocupação	Frequência
Açougueira	1	Estudante	53
Administrador	1	Funcionário/a Público/a	4
Analista Fiscal	1	Geógrafa	1
Aposentado/a	10	Geólogo/a	2
Artesã	1	Gerente administrativo	1
Atendente	1	Manicure	1
Auxiliar Administrativo	1	Mecânico	3
Auxiliar de Produção	1	Médica	1
Bióloga	1	Monitora Escolar	1
Botânico	1	Motorista	3
Cabelereira	2	Operador de Máquina	2
Comerciante	5	Porteiro	1
Contador/a e Bancário	3	Preparador de esmalte	1
Coordenadora Escolar	1	Professor/a	6
Corretora de imóveis	1	Programadora Pleno	1
Costureira	4	Projetista	1
Cozinheira	1	Psicóloga	1
Desempregada	1	Representante de vendas	1
Doméstica/Dona de casa	14	Supervisor de Produção	1
Ecólogo/a	2	Supervisora	2
Educadora	1	Técnico	1
Eletricista	1	Técnico em Refrigeração	1
Engenheiro eletricista	1	Técnico em Telecomunicação	1
Estagiária	1	Vendedora	3
Extrusor	1	Vigilante	1

Fonte: Trabalho de Campo, 2016.

Figura 4 – Frequência de visitas à feira



Fonte: Trabalho de Campo, 2016.

A Tabela 3 nos permite identificar que fazer compras de hortifrutigranjeiros é o principal motivo que leva os consumidores/frequentadores à feira.

Tabela 3 – Motivos para ir à Feira

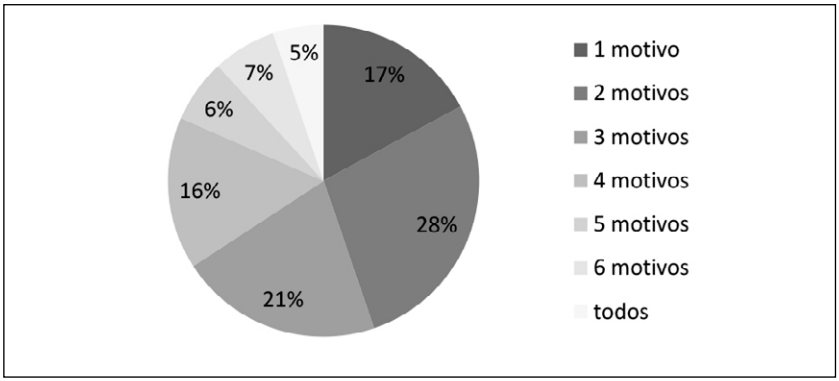
Motivos	Frequência
Comprar Orquídea	2
Conhecer a feira	6
Fazer compras de alimentos preparados	39
Fazer compras de artesanato	4
Fazer compras de hortifrutigranjeiros	134
Fazer refeições	64
Lazer	24
Outros	6

Fonte: Trabalho de Campo, 2016.

Entretanto, a oferta de produtos alimentares preparados, seja para consumo imediato ou para consumo posterior, são motivos também identificados, comprovando que a feira é um espaço de lazer e de se realizar refeições. Isso é comprovado pelos dados da Figura 5, que

demonstra que 28% dos entrevistados vão à feira para satisfazer diferentes necessidades, tendo, assim demandas distintas.

Figura 5 – Número de Motivos por consumidor/frequentador



Fonte: Trabalho de Campo, 2016.

Realmente, a tendência de visitar as feiras está se expandindo, entre outros, pelos motivos expostos na tabela 3 e:

> [há] interesse de os/as consumidores/as por feiras, as quais se consolidam e se constituem como espaço privilegiado de trocas econômicas e de relações sociais. [...]. As relações de amizade são reforçadas a partir de relações oriundas das feiras. Com isso, a comercialização em feiras também se constitui como um espaço cultural, educativo e de troca de informações, no sentido de enriquecer e de fortalecer as relações sociais (ESTEVAN et al, 2014, p. 169).

Como já assinalamos anteriormente, a compra de produtos cuja produção seja de tempo longo e com uso da força humana vem ganhando espaço nos mercados mundiais e nas análises acadêmicas em várias designações. Carneiro (1998) que trata das novas ruralidades e Marsden, Banks e Bristow (2000) que falam do ressurgimento do interesse pelo *mais natural* e *mais local*. Em consonância com essas

tendências, estuda-se e discute-se, também, as dimensões da qualidade dos produtos presentes nas feiras, buscada pelos consumidores e que envolve componentes como confiança e conhecimento. O consumidor busca e confia na qualidade dos alimentos que consome, combinando materialidade e simbolismo (FERRARI, 2014).

Ao indagarmos os consumidores/frequentadores sobre os atributos que os levam a comprar na Feira Corujão, a *qualidade* dos produtos foi referenciada por 87,5% deles. O *preço* (63,15%) foi o segundo atributo escolhido, seguido pelo *horário de funcionamento* (33%). A *confiança no agricultor* (32%) e a *origem geográfica* (local) da produção (32%) foram atributos igualmente destacados.

Ao tratar de tipos distintos de circuitos curtos de comercialização, Marsden, Banks e Bristow (2000) apontam o que foi identificado em nossa pesquisa. São eles:

> 1. *Face-to-face*: consumer purchases a product direct from the producer/processor on a face-to-face basis. Authenticity and trust are mediated through personal interaction. […]
> 2. *Spatial proximity*: products are produced and retailed in the specific region (or place) of production, and consumers are made aware of the 'local' nature of the product at the point of retail.

Ou seja, de uma maneira geral observa-se que os consumidores/frequentadores da feira buscam atributos que são peculiares à característica da feira em questão e com modelos encontrados em outros países. Além disso, coadunam com preceitos da multifuncionalidade, ou seja, oferecer qualidade e preço justo (segurança alimentar) e garantir mercado para os produtores familiares locais (geração de trabalho e renda) que são valorizados.

Podemos assinalar que, dos 152 pesquisados, 138 deles compram na feira hortifrutigranjeiros (verduras, legumes, frutas, ovos) e 34 deles, produtos processados (pães, doces, tortas, cachaça, lanches prontos e o tradicional pastel com garapa). Há, ainda, uma referên-

cia à compra de flores (orquídeas), cujo produtor é especializado em plantas ornamentais. O artesanato não foi referenciado pelos entrevistados, apesar de estar à venda. O gasto médio dos consumidores/frequentadores da Feira Corujão com compras e alimentação é de R$11,00 a R$20,00 para 50 deles, de R$21,00 a R$30,00 para 39 deles e de R$31,00 a R$40,00 para 30 deles. Encontramos 6 deles gastando menos de dez reais e 4 gastando mais de cem reais.

Para finalizarmos nossa análise um aspecto final deve ser abordado. Como podemos observar na figura 6 os consumidores/frequentadores da Feira Corujão direcionam-se para o recinto dos mais diferentes bairros da cidade de Rio Claro-SP. Isso nos indica que a feira já é um evento conhecido, que atrai diferentes camadas da população e que tem um impacto social e espacial no contexto municipal, articulando de forma eficaz o campo e a cidade rio-clarenses (Figura 6).

Figura 6 - Bairros de origem dos consumidores

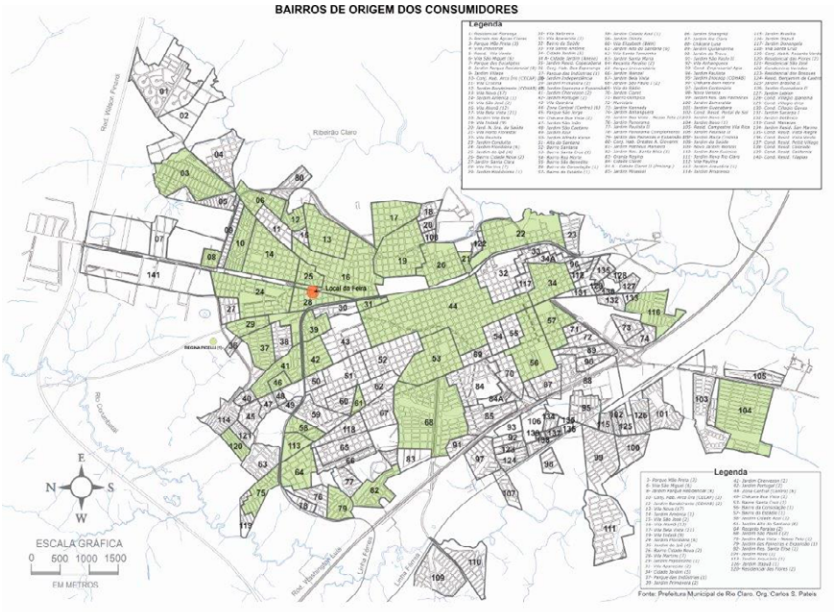


Figura 7. Fotos da Feira Corujão na Central de Agronegócio

Fonte: Trabalho de Campo, 2015.

CONCLUSÕES

O presente trabalho trouxe resultados de pesquisa realizada no município de Rio Claro/SP, tendo como objeto a Feira do Produtor Familiar – Feira Corujão, caracterizando os produtores/feirantes e os consumidores/frequentadores.

Como resultado da ação de gestores municipais e da Cooperativa de Agricultores Familiares, a Feira Corujão tornou-se referência na venda de produtos de qualidade, cuja produção, processamento e distribuição estão sob a responsabilidade dos produtores/feirantes.

Verificou-se que, tanto os produtores/feirantes como consumidores/frequentadores, avaliam a feira como uma iniciativa positiva que permite a aproximação entre eles. Essa forma de circuito curto tem possibilitado aos consumidores o acesso a produtos com preços justos e, aos produtores, um ganho de autonomia.

O modelo dominante de concentração da produção agroalimentar vem sendo criticado, e novas propostas de aproximação produtor/consumidor têm sido praticadas. Uma característica da cadeia de abastecimento curta é sua capacidade de ressocialização e reespacialização dos alimentos. Essa nova forma é marcada pela possibilidade de o consumidor avaliar os alimentos com base em seu conhecimento, experiência ou a aparência percebida. Mais do

que confiar no alimento consumido, os laços de confiança estabelecidos entre produtor e consumidor são muito mais que trocas mercantis.

A Feira Corujão é um exemplo de ação pública empreendida para garantir produção e venda de produtos agrícolas de qualidade e a preços acessíveis. É, também, um exemplo de circuito curto de comercialização que prioriza a aproximação produtor-consumidor. A criação de processos territoriais de proximidade desse molde proporciona e estimula a implantação de novas estratégias de comercialização local, associadas à capacidade de a comunidade assegurar a sustentabilidade do seu desenvolvimento, criando redes de aprendizagem, capacidade de governança e envolvimento das várias entidades locais em parcerias estratégicas para o território.

Nesse sentido, cabe ao poder público local mediar, facilitar e estimular tais redes, além de renovar o conhecimento dos produtores e consumidores face às rápidas mudanças e novos circuitos.

REFERÊNCIAS

CARNEIRO, M. J. Ruralidade: novas identidades em construção. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, n.11, p.53-75, Out. 1998.

DAROLT, M. R.; LAMINE, C.; BRANDEMBURG, A. A diversidade dos circuitos curtos de alimentos ecológicos: ensinamentos do caso brasileiro e francês. **Agriculturas**, Rio de Janeiro, v.10, n.2, p. 8-13, Jun. 2013.

ESTEVAN, D. O. et al. Feiras livres e mercados de proximidades: estudos sobre o perfil dos/das consumidores/as na Região Sul catarinense. In: ESTEVAM, D. O.; MIOR, L. C. (Orgs.). **Inovações na agricultura familiar**. As cooperativas descentralizadas em Santa Catarina. Florianópolis: Insular, 2014. p.161-186.

FERRARI, D. L. Reciprocidade e trocas mercantis: a natureza das relações na feira livre. In: ESTEVAM, D. O.; MIOR, L. C. (Orgs.). **Inovações na agricultura familiar**. As cooperativas descentralizadas em Santa Catarina. Florianópolis: Insular, 2014. p.129-159.

GIMÉNEZ, E. H.; SHATTUCK, A. Food Crisis, Food Regimes and Food Movements: Rumblings of Reform or Tides of Transformation? **The**

Journal of Peasant Studies, United Kingdom, v. 38, n.1, p.109-144, jan. 2011.

MARSDEN, T.; BANKS, J.; BRISTOW, G. Food supply chain approaches: exploring their role in rural development. **Sociologia ruralis**, Brussels, v.40, n.4, p. 424-438, Out. 2000.

REDE RURAL. *CCA* **– Circuito curto agroalimentar**. Disponível em: <http://www.rederural.pt/index.php/pt/2013-10-30-12-05-36/o-que-e-um-cca/conceito-de-circuito-curto-agroalimentar-cca>. Acesso em: 01 jul. 2015.

SILVA, C. A. Pensando o espaço social em benefício da agricultura familiar. **Scripta Nova,** Barcelona, v. XI, s/n, p. 245-253, 2007.

WANDERLEY, M. N. B. Prefácio. In: CARNEIRO, M.; MALUF R. S. (Orgs.). **Para além da produção**: multifuncionalidade e agricultura familiar. Rio de Janeiro: MAUAD, 2003. p. 9-15.

FEIRA DA AGRICULTURA FAMILIAR: UMA ANÁLISE QUALITATIVA DA VISÃO DOS AGRICULTORES

AUTORES

ROSÂNGELA OLIVEIRA SOARES
rosangela.soares@iffarroupilha.edu.br

PAULINO VARELA TAVARES
paulino.tavares@iffarroupilha.edu.br

MANUEL LUÍS TIBÉRIO
mtiberio@utad.pt

ARTUR CRISTÓVÃO
acristov@utad.pt

INTRODUÇÃO

As feiras são uma modalidade de comercialização de alimentos saudáveis que ocorre em muitas partes do mundo. Além de uma estratégia de fortalecimento da cultura regional, materializam a organização, no espaço e no tempo, dos atores envolvidos na produção, transformação, distribuição e consumo de alimentos num dado território, podendo ser caracterizadas como um dos principais canais de comercialização dos pequenos agricultores familiares. As feiras da agricultura familiar (AF) promovem uma interação mais desejada entre os agricultores e os consumidores. Outros agentes e ações estratégicas também fazem parte do processo de interação. Por isso, é importante delinear que a assistência técnica, as pesquisas para captar as percepções, as políticas públicas e a sociedade civil organizada são componentes imprescindíveis para reforçar a importância desse canal de comercialização. Assim, diferentes redes, regulamentos, modos de coordenação envolvem as interações neste tipo de circuito curto (LAMINE *et al*., 2018).

O envolvimento dos diversos agentes nas feiras da agricultura familiar promove a diversidade cultural que, agregada ao saber fazer tradicional de cada região, contribui para o surgimento ou a multiplicação dos padrões técnicos de fabricação de alimentos. Com isso, fica afetada a sobrevivência de um único padrão das técnicas de fabricação. Isso se deve, em grande parte, às múltiplas caraterísticas agregadas ao processo produtivo envolvendo a agricultura familiar, uma vez que cada agricultor traz características específicas de acordo com a sua origem e, com isso, a qualidade diversificada na produção artesanal.

Assim, o presente artigo apresenta como objetivo analisar a percepção sobre as boas práticas de fabricação (BPFs) que os agricultores familiares utilizam (ou não) na produção/industrialização, fracionamento, armazenamento e transporte de alimentos e produ-

tos comercializados, prioritariamente, na feira do município. Logo, para qualificar e aumentar o escopo do objetivo proposto, far-se-á a seguinte questão de pesquisa: Qual é a percepção dos agricultores com relação às normativas de qualidade praticadas durante o cultivo, a transformação e a comercialização dos alimentos, ou seja, o entendimento sobre as BPFs? Esse questionamento é importante porque a qualidade, no ambiente da agricultura familiar, é uma variável fundamental presente em todo o processo (e situações de fabricação). Por isso, captar a percepção da qualidade no processo produtivo será analisada com auxílio da Teoria das Convenções.

Além desta introdução, o presenta artigo apresenta os seguintes pontos: revisão da literatura, com ilustração de algumas abordagens sobre agricultura familiar e feiras livres, bem como qualidade para a produção alimentar; breves considerações sobre a Teoria das Convenções; aspectos metodológicos; apresentação e discussão dos resultados; e considerações finais.

REVISÃO DA LITERATURA

Agricultura familiar e feiras livres

Na dinâmica da agricultura familiar (AF)[1] a gestão da propriedade é compartilhada pela família e a atividade produtiva agropecuária é a principal fonte de renda. Os agricultores familiares têm uma relação particular com a terra porque esta representa o seu local de trabalho e moradia, e é onde efetivam ou desempenham as suas funções econômicas, ambientais, sociais e culturais, integrados ao território. A diversidade produtiva também é característica marcante na agricultura familiar, porque procura preservar

1 Lei 11.326 de julho de 2006 define as diretrizes para formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e os critérios para identificação desse público.

os produtos alimentares tradicionais, contribuindo para proteger a agrobiodiversidade e manter o patrimônio cultural das áreas rurais (BRITO, 2016).

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação (FAO), a agricultura familiar produz mais de 80% da comida mundial. A preocupação com o abastecimento alimentar mundial condicionou a Organização das Nações Unidas (ONU) a oficializar o período de 2019/2028 como a Década das Nações Unidas para a Agricultura Familiar[2]. O objetivo é colocar em prática um Plano de Ação Global contra a fome e a pobreza rural (FAO; IFAD, 2019) vinculado às metas dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS)[3] (FAO, 2019).

Para Niederle e Wesz Junior (2018), o universo das práticas e dos significados que os agricultores atribuem às suas formas de fazer agricultura revela uma pluralidade de estilos, que se manifestam em múltiplas identidades sociais, tais como camponeses, colonos, parceiros, quilombolas, indígenas, meeiros, lavradores, entre outros, que lhes permitem resistir às pressões institucionais do mercado e do Estado. Com isso, criar novos mecanismos e instrumentos para reforçar a interação entre os agentes envolvidos para

2 A Resolução A/RES/72/239 determinou a FAO e o Fundo Internacional para o Desenvolvimento Agrícola (FIDA) para liderar a década, em colaboração com outras organizações do Sistema ONU. O lançamento mundial da Década das Nações Unidas para a AF (2019-2028) foi realizado em Roma, IT, em maio de 2019. Foi lançada no Brasil em setembro, durante solenidade na Comissão Geral da Câmara proposta pela Frente Parlamentar da Agricultura Familiar, presidida pelo deputado Heitor Schuch (PSB/RS). Em dezembro de 2019, em Brasília, aconteceu o primeiro Curso Nacional de Formação para a Década da Agricultura Familiar (CONTAG, 2019).

3 Sete eixos centrais: i) criar um ambiente político favorável para fortalecer a AF; ii) apoiar a juventude a garantir a sucessão rural da AF; iii) promover a equidade de gênero e o papel de liderança das mulheres da AF; iv) fortalecer as organizações da AF; v) melhorar a inclusão socioeconômica e o bem-estar da AF; vi) promover a sustentabilidade da AF para alcançar sistemas alimentares resilientes às mudanças climáticas; e vii) fortalecer a multidimensionalidade da AF para alcançar inovações sociais que contribuam ao desenvolvimento territorial, salvaguarda da biodiversidade, meio ambiente e cultura.

reforçar os próprios canais de comercialização e o fortalecimento das "redes alimentares alternativas", sendo estas caracterizadas pela comercialização de proximidade do agricultor para o consumidor e quase sempre sem intermediários (entrega de cestas, venda na propriedade, venda porta a porta, venda institucional para alimentação escolar, feiras[4], entre outras) (DAROLT *et al.*, 2016).

De acordo com Ballivián *et al.*, (2018), as feiras também são consideradas um local para a construção de relações recíprocas que, na maioria das vezes, expressam a agricultura familiar e a agroecologia dentro da ética do cuidado, defesa da vida, solidariedade, reciprocidade e de justiça social, através da promoção de uma culinária sazonal ou diferenciada para cada estação do ano (temperos, chás, plantas medicinais, flores ornamentais e, naturalmente, a diversidade de produtos coloniais), com a introdução de experiências de consumo como plantas alimentícias não convencionais (PANCs); utilização de embalagens retornáveis, entre outras.

Nesses locais, que podem assumir diferentes formatos, são identificados três aspectos importantes: i) formação de preços ocorre conforme a oferta e procura de produtos, sem a interferência de um único comprador ou vendedor; ii) o valor recebido pelo produtor é o mesmo pago pelo consumidor; e iii) flexibilidade para oscilar o preço entre o início e fim da feira – hora da xepa – para evitar que os feirantes[5] voltem com produtos para casa (FIDA, 2018).

Ballavián *et. al.* (2018) referem ainda que as feiras representam um espaço de interação e formação social construído a partir das necessidades e dos objetivos mútuos e complementares, entre o campo e a cidade. Isso contribui para ampliar os canais de inte-

4 Mais informações sobre a origem das feiras podem ser obtida em Araujo e Ribeiro (2018), disponível em: https://revistaesa.com/ojs/index.php/esa/article/view/ESA26-3_feiras_feirantes.

5 Durante a produção esses agentes são "agricultores" e no momento da feira eles são "feirantes", ou seja, desempenham a dupla função.

rações entre os envolvidos e, por outro lado, pode levar à prática de economia solidária através da cooperação e fortalecimento das associações integrativas para participar de campanhas e mobilizações em defesa de direitos e políticas públicas afins. O envolvimento dos pequenos agricultores familiares e a interação com uma diversidade de clientes na feira estimula a satisfação, o aumento da autoestima e, quiçá, a conquista da autonomia econômica (PREISS; SCHNEIDER, 2020). A este propósito, Feito (2020)relevando una experiencia de comercialización alternativa para productores familiares de La Matanza, provincia de Buenos Aires, Argentina: la "Feria del Productor al Consumidor: la soberanía alimentaria entra a las aulas", en la Universidad Nacional de La Matanza. Aplicamos metodología cualitativa con trabajo de campo etnográfico (entrevistas a feriantes, extensionistas, visitantes y consumidores, y observaciones realizadas durante ediciones de la feria y reuniones de la asamblea de feriantes acrescenta que "apesar de sua relativa informalidade [...] reconhecemos que estas feiras contribuem para o desenvolvimento rural como um poderoso instrumento alternativo [...], melhorando o intercâmbio entre os atores, refletido no aumento do capital social", desde que os agricultores familiares tenham autonomia na tomada de decisão do seu processo produtivo e da comercialização dos produtos a um preço atrativo e justo (BALLIVIÁN *et al.*, 2018; SCHABARUM; TRICHES, 2019)

Qualidade para a produção alimentícia

Existe uma percepção da maioria dos consumidores de que verduras, frutas e outros produtos naturais são saudáveis (DAROLT *et al.*, 2016). No entanto, alguns consumidores desconhecem a origem, o modo de produção e transformação do alimento que consomem, e um dos quesitos da saudabilidade dos alimentos inicia, praticamente, pelos cuidados nas mais diversas etapas do processo

de produção e/ou transformação, de armazenamento e do transporte dos alimentos, passando, na maioria das vezes, pelo crivo da Vigilância Sanitária, até o ponto de venda.

Para realizar as atividades, visando à qualidade, os agricultores precisam fazer acordos, pelo bem da agricultura familiar ou da coletividade ou mesmo do mercado. Todavia, as práticas higiênicas voltadas para reforçar a qualidade e os bons ou melhores procedimentos, muitas vezes, refletem hábitos socioculturais que nem sempre estão padronizados conforme as exigências nas normativas sanitárias voltadas para a agricultura familiar. De acordo com Lanes (2014), um roteiro padronizado e elaborado por escrito – *check list* de verificação - torna possíveis o monitoramento, avaliação e registro das BPFs que, normalmente, seguem a Resolução Diretiva Colegiada (RCD 275/2002)[6]. Para avaliar se as operações executadas nos estabelecimentos estão de acordo com o manual de BPFs, utilizam-se os Procedimentos Operacionais Padrão (POPs)[7] (PRUDÊNCIO DE MERA; MENEGAZZI; DIAZ, 2020)de conteúdo quantitativo descritivo, buscou uma análise da conformidade higiênico-sanitária de agroindústrias familiares, produtoras de derivados lácteos, no Rio Grande do Sul. Nas unidades agroindustriais familiares, o controle da qualidade da produção acontece rotineiramente pelos proprietários, dessa forma, uma avaliação da conformidade de todo seu ciclo produtivo auxilia na redução de prejuízos, relacionados à saúde ou econômicos, agregando para o consumidor e para as agroindústrias um valor inestimável ao produto oriundo de todo esforço produtivo. Nesse contexto, foi aplicado um *check list*, dividido em 5 grupos, em 10 unidades agroindustriais, com o objetivo de quantificar as conformidades. Pela análise, a média de

6 Disponível em: http://bit.ly/3qV9FsU. Acesso em: 26 jan. 2021.

7 Roteiro voltado para a indústria. Apesar de algumas dificuldades, pode ser aplicado para as atividades da agricultura familiar.

conformidade por grupo de estudo foi 47,18%, e 55,03% a média geral dos grupos. Ainda, na análise individual das agroindústrias, seguindo o critério de classificação do estabelecimento conforme seus itens atendidos, grupo 1 (76%-100%.

Os pequenos agricultores que cultivam e comercializam seus produtos numa escala menor e voltados para as feiras locais nem sempre têm condições de se adequar à totalidade das normativas exigidas para a indústria (POPs). Isso porque a legislação sanitária adota padrões específicos para a produção de alimentos em grande escala e não facilita o acesso de pequenos agricultores às práticas e às condutas de inocuidade[8] previstas, dificultando a sua inserção no mercado (BRACCINI *et al.*, 2020). Picolotto e Bremm (2017) alertam que o processo de adequação/certificação ainda é uma realidade distante para a maioria dos agricultores familiares por razões de ordem técnica e pelo alto custo para os agricultores.

Para superar esses constrangimentos técnicos que assolam os agricultores familiares no que tange ao processo de certificação e, com isso, reforçar a qualidade na produção alimentar, a Anvisa publicou, em 2020, no Brasil, três documentos direcionados à proteção dos manipuladores de alimentos e clientes, as Notas Técnicas[9] (NTs) 47/2020, 48/2020 e 49/2020. Esses documentos destacam e reforçam a importância da adoção de BPFs de manipulação dos produtos, além de orientarem sobre o uso adequado de máscaras e luvas pelos trabalhadores.

A qualidade é uma variável quase que endógena[10] no processo produtivo no âmbito da agricultura familiar, porque serve como mais-valia para conquistar e reforçar os laços de confiança entre

8 Qualidade dos alimentos em termos microbiológicos, físicos, químicos e sensoriais.

9 Disponível em: http://bit.ly/37htIKn, Acesso em 15 fevereiro 2021.

10 Um processo *interno* de ampliação continuada da capacidade de agregação de valor sobre a produção.

os agricultores familiares, consumidores e a sociedade. Por isso, para melhorar o entendimento das referidas NTs, especialmente pelos pequenos agricultores e a comunidade em geral, é imprescindível associá-las ao Guia Alimentar para a População Brasileira (BRASIL, 2014). Este referencial destaca a valorização de hábitos alimentares locais, respeitando a diversidade, que pode se concretizar em ações voltadas à agroecologia, feiras de agricultores, cestas, agricultura urbana e periurbana, entre outras.

TEORIA DAS CONVENÇÕES

Em sua obra original "*De la justification: les économies de la grandeur*", os autores franceses Boltanski & Thévenot (1991[2020]) procuravam entender as arenas da disputa, oriundas de momentos críticos, cujos desacordos incitam a justificação de argumentos em prol de acordos. Estas diferenças podem surgir em situações de interação entre pessoas com relação ao que se considera o bem comum: instituições, ferramentas, máquinas, regulamentos, meios de pagamento, siglas, nomes, entre outros. Para os autores, "justificação/convenção" pode ser entendido como a base que sustenta e coordena a conduta dos indivíduos.

Em 2020, o professor Alexandre Werneck, do Departamento de Sociologia da Universidade do Rio de Janeiro, Brasil, fez a tradução da obra básica, que denominou "A Justificação: sobre as economias da grandeza". Nesta obra, os sociólogos apresentaram seis modelos de ordens de grandeza (definidos pelos autores como modelos de "mundos" ou "*cités*"): mercantil, doméstica, inspirada, opinião, cívica e industrial (BOLTANSKI & THÉVENOT, 1991[2020]). A grandeza **mercantil** se supõe estar o tempo todo nos negócios, à procura de ocasião favorável, sem observar tradições, ligações pessoais, regras de conduta, caracterizado pela concorrência e rivalidade, tendo como base o mercado e fecha-

mento de acordos com a valorização do homem de negócios e do vendedor combativo.

A grandeza **doméstica** é construída com base nas relações de dependência entre as pessoas, na tradição e hierarquia familiar, isto é, na autoridade que podem exercer sobre outros, observada através das cerimônias familiares e rituais. Os sujeitos valorizados são o padre, chefe, ancião. Tais relações nem sempre são harmônicas e ocorrem muitos litígios, assim as pessoas buscam através da fé uma grandeza maior que poderá beneficiá-las e que, **inspiradas,** transcendam da relação pessoal para o sobrenatural. Com efeito, é indissociável da pessoa, ligada ao seu próprio corpo, cujas manifestações são o modo privilegiado de expressão e o sacrifício pessoal como forma de realização mais completa (p. 189).

A grandeza **opinião** se manifesta pela estima que as pessoas se atribuem, permite fazer comparações entre as pessoas e calcular o seu valor. O reconhecimento atua diretamente sobre as pessoas e seus atributos, isto é, da opinião dos outros depende o valor ou a grandeza de uma pessoa (p. 205). Ser reconhecido aos olhos dos outros pela riqueza, cargos, grandes ações ou qualquer bem eminente é honroso, traz o renome.

A grandeza **cívica** se manifesta pela convergência das vontades humanas quando os cidadãos renunciam às suas individualidades e se dissociam de seus interesses particulares para se voltarem apenas ao bem comum, o "compromisso recíproco do público com os particulares" (p. 217). Estas relações podem ser demonstradas através de uma consciência coletiva e democrática, na condição de cidadão, que proporcione um recurso para interromper conflitos e tensões de toda ordem, seja doméstica, social ou política, por meio de uma associação comunitária, entidade de classe ou partido político, através de eleição ou manifestações.

A grandeza **industrial,** na sociedade, é caracterizada como uma "máquina organizada", cujas partes são "órgãos" cumprindo dife-

rentes "funções". Órgãos e funções participam de um ser real cuja existência é mais ou menos vigorosa ou instável conforme realize regularmente as funções que lhe foram determinadas, seguindo regras e padrões para obter resultado eficaz. São valorizadas a performance, a confiabilidade e a funcionalidade através de testes realizados por profissional perito.

Cada uma das formas de convenção evidencia diferentes mecanismos de apreciar e definir a qualidade de um produto numa rede de atores e, para se coordenar, aqueles são chamados a justificar as suas ações em referência a diversas "ordens de grandeza" (TIBÉRIO; CRISTÓVÃO, 2012). Ou seja, normativas para a coordenação de comportamentos relacionados a determinados contextos (MATTE *et al*., 2020).

Partindo desses pressupostos, o artigo discute as perspectivas e desafios sobre a aplicação de boas práticas de fabricação nos processos desenvolvidos pelos entrevistados. Refletir sobre essas arenas é importante para projetar os modelos de senso de justiça propostos por Boltanski & Thévenot (1991[2020]), o que possibilitará identificar sobre qual arena ou *cité* os atores pontam no estabelecimento do processo de implementação das BPFs.

MATERIAIS E MÉTODOS

O estudo baseia-se numa metodologia qualitativa (PINTO; CAMPOS; SIQUEIRA, 2018; YIN, 2016), tendo sido desenvolvido pelo método de estudo de casos (YIN, 2015) sob a forma de entrevistas semiestruturadas, aplicadas às famílias de agricultores que vendiam alimentos na Feira da Produção da Reforma Agrária e da Agricultura Familiar – FEPRAF (-29.2236 S, -53.6846 W) e na Feira da Rua Coberta (-29.22779 S, -53.68318 W), no Município de Júlio de Castilhos, RS, Brasil, e no Mercado da Terra, Lugo, Galiza, ES (43.01202 N, -7.55851 W).

A coleta de dados foi realizada em duas etapas. Primeiro, através da entrevista semiestruturada, adaptada de Lanes (2014)no Rio Grande do Sul. O corpus são as agroindústrias dessa região por se constituem em um espaço de produção de produtos agropecuários e a consequente transformação em derivados alimentares de diversos tipos. Nesse processo, ocorre, portanto, a agregação de valor ao produto final. Além disso, deve-se ressaltar que, em tais empreendimentos, há grande relevância do trabalho e da gestão por parte do próprio núcleo familiar. O objetivo é identificar as razões que dificultam a implantação do Programa Boas Práticas de Fabricação junto às agroindústrias familiares de Júlio de Castilhos. Para fins de análise, foram visitadas dez unidades familiares do município, das quais cinco unidades estão cadastradas no Programa Gaúcho de Agroindústria; e outras cinco famílias rurais, caracterizando uma amostra não probabilística, que se define por critérios de acessibilidade e tipicidade (VERGARA, 2010, com os feirantes da FEPRAF (9) e da Rua Coberta (2)[11], diretamente na unidade produtiva de cada família, mediante visita pré-agendada, de outubro a dezembro de 2013[12]. Posteriormente, a entrevista *in loco* aos feirantes do Mercado da Terra (2) (SOARES *et al.*, 2020) em março e abril de 2019, destacando os principais tópicos abordados: i) identificação e caracterização da propriedade, ii) percepção sobre boas práticas de fabricação, iii) entraves para a implantação das BPFs, iv) adequações necessárias, v) dificuldades para implantação, vi) relação produtor/consumidor. Cada entrevista durou aproximadamente 90 minutos e foi gravada em áudio a partir de prévia autorização.

11 Maiores informações sobre as características destas feiras: http://bit.ly/3sjWdis

12 No caso das feiras de Júlio de Castilhos/RS, Brasil, as pesquisas iniciaram em 2013, no entanto, os dados foram atualizados em 2019 após a realização da pesquisa em Lugo/Galiza, Espanha. Nessa atualização, não houve alterações significativas. Somente em 2015 a FEPRAF passou à condição de Associação.

Para este estudo não probabilístico por acessibilidade e conveniência, o critério de seleção dos respondentes foi tratar-se de pequenos agricultores familiares cujo principal canal de comercialização fosse a feira municipal. Após a coleta das informações, foram definidas as categorias das respostas com o auxílio do IRaMuTeQ (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*), desenvolvido por Pierre Ratinaud, um *software* livre que realiza análises de conteúdo, lexicometria e análise do discurso. Ele contribui para a organização e separação das informações, o que possibilita a eficiência na localização dos segmentos de texto e agilidade na definição das categorias de análise (CAMARGO; JUSTO, 2013)desenvolvido por Pierre Ratinaud (2009.

Além disso, realizou-se a categorização das informações, identificando o perfil dos agricultores, os tipos de alimentos comercializados e os canais de distribuição mais utilizados, correlacionando as respostas com a Teoria das Convenções.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Quase a totalidade das entrevistas foi conduzida com agricultoras, uma com o agricultor e, em dois casos, com o casal. A idade variava entre 37 e 72 anos. Quanto à escolaridade, alguns tinham apenas o ensino fundamental e outros possuíam diploma de nível superior. A principal produção eram os alimentos da época (hortícolas, frutas, queijo, ovos, pães, cucas e doces, geleias, nozes, feijão, mandioca, farinha, plantas medicinais e aromáticas); e artesanato. A dimensão das unidades familiares variava de 1 a 35 hectares. A distância até a feira variava de 2 km (agricultor periurbano) a 40 km. Cada pessoa participava, de acordo com seu sexo e habilidade, para o bom funcionamento da unidade de produção familiar; o homem era o agricultor, enquanto a mulher era a mão amiga, a

dona de casa que cuidava da horta e transformava os produtos para vender na feira. Todos residiam em tempo integral na propriedade rural. Para o complemento da renda, alguns vendiam os produtos na propriedade e de porta a porta. A receita era combinada em uma única conta. Somente em um caso, a receita aferida pela mulher ficava exclusivamente para suas necessidades pessoais.

ANÁLISE DAS ENTREVISTAS

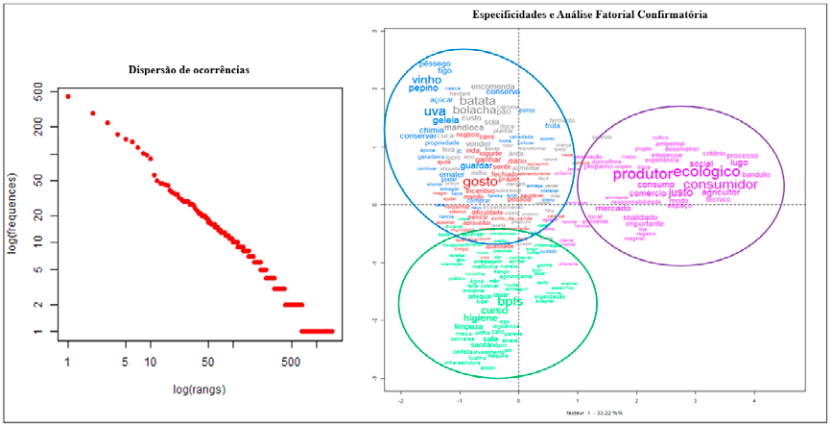
Este item tem como foco analisar as opiniões dos entrevistados sobre BPFs, as dificuldades para a implantação, as adequações necessárias no processo produtivo, assim como as relações entre o produtor e o consumidor. Para as análises utilizou-se o *software* IRaMuTeQ, onde foram incluídas entrevistas que permitiram a ratificação das respostas após o processamento dos seguintes testes: Estatísticas textuais, Especificidades e Análise Fatorial de Correspondência (AFC), Classificação Hierárquica (Método de Reinert - ST), Descendente (CHD); e Análise de Similitude.

O *corpus* contém 11 textos, ou seja, 11 unidades de contexto inicial (UCIs), separadas em 206 segmentos (STs), com aproveitamento de 76,70%. Emergiram 6584 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos), dentre as quais 1932 são palavras distintas e 880 aparecem apenas uma vez (*hápax*) no texto. Das palavras ativas, as cinco mais frequente foram: *produzir* (n = 225 vezes), *produto* (n = 137 vezes), *vender* (n = 117 vezes), *pessoa* (n = 97 vezes) e *comprar* (n = 57 vezes).

A Figura 1 apresenta o gráfico da dispersão das verbalizações (ocorrências ou palavras) dos feirantes, assim como a análise das especificidades e AFC. Essas análises apontam as principais ocorrências (palavras, formas, etc.) de cada questão, formando um modelo aglomerado, e estão descritas em cores distintas (verde, vermelho, azul, cinza e roxo). O entrelaçamento entre as cores ver-

melho, azul e cinza, portanto, as falas são semelhantes. Como diferenças, o verde refere-se ao modo ideal de produção; o roxo, ao modo de cultivo; e o vermelho/azul/cinzento, ao por que, o que e para quem os agricultores produzem.

Figura 1 – Gráficos da Dispersão de ocorrências, Especificidades e Análise Fatorial de Correspondência das falas dos feirantes



Fonte: Elaborado pelos autores, com auxílio do *software* IRaMuTeQ.

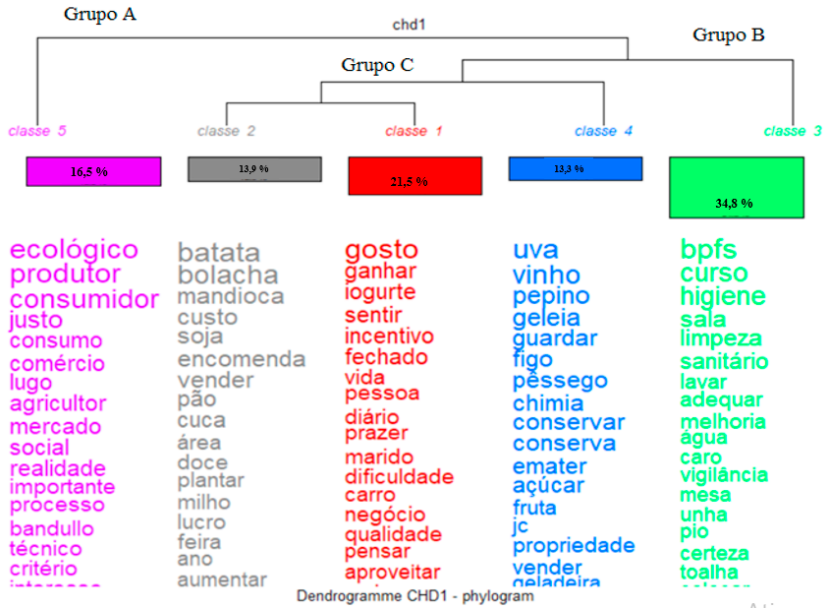
A análise de classificação hierárquica descendente (CHD) das palavras ativas produziu cinco classes lexicais divididas em três grandes grupos. O Grupo A formado isoladamente pela classe 5 com 26 STs (16,46%), o Grupo B representado pela classe 3 com 55 STs (34,81%) e o Grupo C formado pela classe 4 com 21 STs (13,29%), que envolveu as classes 2 com 22 STs (13,92%) e a classe 1 com 34 STs (21,52%). Para cada classe foi computada uma lista de palavras a partir do teste de qui-quadrado (x^2) (Figura 2).

Conforme observado na Figura 2, o Grupo C foi o mais representativo, totalizando 48,73% dos segmentos de texto. Já a classe 3, compreendendo 55 (34,81%) segmentos de texto, resultou na mais representativa, seguida das classes 1, 5, 2, com 21,52%, 16, 46% e 13,92% , respectivamente. Em todas as palavras de cada classe fo-

ram obtidos qui-quadrados de Pearson superiores a p <0.0001. As classes lexicais receberam as seguintes nomeações: a) classe 1: por que sou produtor; b) classe 2: o cultivo; c) classe 3: entendimento sobre BPFs; d) classe 4: a transformação dos produtos; e e) classe 5: da produção para a feira.

A análise de similitude emitida pelo *software* IRaMuTeQ apresenta a ligação entre as palavras do texto (*corpus textual*), onde é possível identificar a estrutura formada e os temas mais importantes. A seguir, cada conjunto será abordado com maior detalhamento, analisando a frequência das formas demonstradas na Figura 2.

Figura 2 - Dendograma das cinco classes lexicais obtidas a partir da classificação hierárquica descendente das palavras ativas advindas das contribuições dos 11 feirantes (Total de segmentos de texto = 158)*



*As palavras mais no topo da lista e maior tamanho possuem mais influência na classe.

Fonte: Elaborado pelos autores, com auxílio do software Iramuteq (2021).

POR QUE SOU PRODUTOR

Na classe 1 (Figura 2), as palavras são *gosto*($x^2 = 43{,}27$) e *ganhar* ($x^2 = 18{,}83$), evidenciando que esta classe engloba palavras relacionadas à atividade dos feirantes. Quanto ao motivo pelo qual desenvolve a atividade de produzir, transformar e comercializar na feira, um feirante[13] mencionou:

> *Isto, gosto de fazer as coisas. Me sinto bem. Chega lá uma pessoa[14] e compra - Ai que bom! Que bom, sinto uma alegria dentro de mim.* [...] *a pessoa se sente bem porque adquiriu o produto e vai consumir o produto com gosto. E eu me sinto bem porque pude servir. E vou melhorando o ambiente e tudo fica melhor*. F_El acrescentou: *eu acho bom plantar de tudo, né. Porque para atender os mercados* [...] *nos mercados, tem veneno, né.* [...] *eu gosto de plantar as coisas para comer. Aqui o veneno nosso é a enxada* [...] *no meio das mandiocas, das batatas, do feijão*. E F_In relatou: *a gente faz porque gosta e precisa. Eu gosto. Se a gente faz o que não gosta, vai sair tudo mal feito* [...].

E F_Ch destacou o motivo pelo qual produzia:

> *Para mim, isso não é só um meio de ganhar a vida [...]. Pela minha capacidade de produzir, eu podia estar rica. Hoje eu podia ter botado um restaurante, um negócio grande na área de alimentação. Eu trabalho porque eu gosto do que eu faço [...] porque se fosse para ganhar dinheiro eu não estava mais aqui, há muito tempo, mas eu gosto disso. Eu gosto desse cheiro do campo, dessas coisas naturais, do verde, da terra*.

13 Será utilizado o caráter "F" para identificar "feirante".

14 Ao se referir à denominação "pessoa", o agricultor familiar refere-se àquele que compra os seus produtos, seja na feira ou na propriedade, no âmbito comercial "cliente".

As supracitadas falas descrevem algumas características da grandeza **doméstica** que, no entendimento de Tibério e Cristóvão (2012), resultam de ligações duráveis entre os atores e da preocupação com costumes e laços sociais.

Quanto ao motivo de se tornarem produtores, os resultados obtidos vão ao encontro da literatura (BALLIVIÁN *et al*., 2018; PREISS; SCHNEIDER, 2020), da qual faremos a relação com a Teoria das Convenções (Boltanski & Thévenot, 1991[2020]). A convenção **industrial** pode ser percebida na fala de F_In: *eu escolho e embalo as coisas, que daí fica limpinho e embalado.* [...] *eu tenho certeza que aquela embalagem ficou perfeita e guardo direitinho*. Já a grandeza **cívica** é percebida em F_Ll: *Fizemos uma associação* [...] *desde o princípio, sempre houve muito debate sobre o modelo de consumo que queríamos. Tudo estava nos estatutos da associação e, cada vez que queríamos fazer uma nova compra, havia debates*.

No que tange ao ganho pessoal e valorização da pessoa, a grandeza **opinião** está presente tanto na fala de F_Ta: *O que a gente vende aqui* [...] *isso é uma renda nossa. É uma renda para a gente, o marido não mete a mão,* quando na fala de F_Ch: *o que eu vendo é meu. Então eu me determino em cima do que eu ganho*. Segundo Nogueira e Viola (2020), a maioria dos produtos que chegam até a feira é cultivada pelas mulheres, o que representa um espaço alternativo para a emancipação financeira e, portanto, elas são protagonistas deste espaço.

Com relação à resposta à questão "Por que sou produtor?", algumas falas se correlacionam com a grandeza da **inspiração**, com destaque para a criatividade e paixão, que são ações originais. F_CH mencionou: *eu gosto de fazer receitas, transformar, eu gosto de inventar.* [...] *do trabalho nunca tive medo. Porque uma coisa eu tenho: Fé. E outra coisa que eu peço a Deus todos os dias, que ele nos dê saúde, capacidade para tocar para frente o meu negócio*; e F_Pa: *faz 16 anos que estou nessa área, muito*

boa. Comecei de brincadeira, mas, graças a Deus [...] *fomos levando a sério as coisas*.

Para terminar este item, destacamos as seguintes colocações: *e graças a Deus eu tenho muito bom paladar* [...] *gosto desta parte de alimentação, adoro. Tudo que eu faço eu gosto* (F_Nn); e *graças a Deus, em todo esse tempo ninguém veio reclamar* [...], *porque a gente diz como o produto é* (F_Is). Essas e outras colocações foram imprescindíveis para a consolidação de uma percepção mais qualitativa com relação aos agricultores e feiras em análise.

O CULTIVO

Na classe 2 (Figura 2), aparecem vocábulos como: *batata* (x^2 = 38,56); *bolacha* (x^2 = 34,11); *mandioca* (x^2 = 22,15); *custo* (x^2 = 18,9); *soja* (x^2 18,81); *encomenda* (x^2 = 18,81); *vender* (18,35); e *pão* (16,68). Neste item ressalta-se que, nas famílias, por não conseguirem se manter somente com a venda na feira, os homens se dedicavam à produção de soja em área arrendada ou mesmo como empregados em terras próximas. Tal como referiu F_Hb: *Os homens plantam um pedacinho só de soja, mas é alugado.* O que corrobora com a afirmação de F_St: *Planto milho e soja e alguma outra subsistência ai, tipo mandioca, que transformo e vendo*.

No que tange ao cultivo na unidade produtiva, destaca-se que normalmente tinham funções específicas, por exemplo, o homem era responsável pelo plantio dos grãos e cuidado com os animais[15]; a mulher cuidava das hortícolas, plantas alimentares não convencionais (PANCs) e frutas, e da transformação de grande parte dos alimentos colhidos. Os agricultores cultivavam uma diversidade

15 *Toca as vacas no pasto, recolhe, planta o pasto, aduba o pasto.* [...] *ele planta o feijão e colhe.* [...] *Quando vai carnear. Ele carneia, ele tira os cortes* (F_In). *Ele me ajuda bastante e trabalha na lavoura* [...] *quando vier a uva, para fazer o vinho* [...] *é um trabalho que exige mais força física, então eu preciso da ajuda dele* (F_Ch).

de alimentos, por exemplo, batata, mandioca, milho, várias qualidades de feijão, amendoim, moranga, chás, entre outros. Mas, por causa da limitação financeira, almejavam uma margem de lucro com a venda dos alimentos *in natura* ou mesmo transformados (ovos, bolachas, pães, doces),

> *a gente tem umas vacas de leite, então, do leite faço queijo, faço mumu, faço rapadurinha* [...] *a gente planta amendoim, mandioca, batata. Com o amendoim eu faço rapadurinha de amendoim, pé de moleque. Tem um pé de nozes e, daí, com as nozes, eu industrializo de vários jeitos, faço rapadura, faço nozes caramelada, mumu com nozes, docinho com nozes.* (F_In)

Nesta classe 2, fica evidente a predominância da grandeza **doméstica** (Boltanski & Thévenot, 1991[2020]), onde os valores como tradição, família e hierarquia estão presentes em todas as falas, caracterizadas pela lógica da diversificação produtiva (NIEDERLE; WESZ JUNIOR, 2018) favorecendo cultivos que podem ser consumidos ou comercializados de acordo com as necessidades da família, através da boa vontade e resistência em produzir e processar os alimentos (pelas agricultoras, pois eram elas que, predominantemente, conduziam essas atividades).

ENTENDIMENTO SOBRE BPFS

Na classe 3, algumas palavras mais frequentes e significativas foram: *BPFs* ($x^2 = 38,14$); *curso* ($x^2 = 29,93$); *higiene* ($x^2 = 28,44$); *sala* ($x^2 = 19,99$); e *limpeza* ($x^2 = 18,5$) (Figura 3).

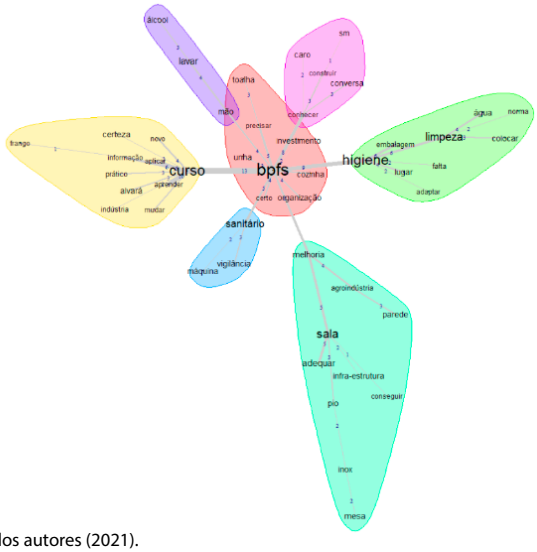
No que se refere ao entendimento dos produtores sobre BPFs, destacamos a seguinte fala: [...] *acho que tem muita exigência. É difícil conseguir adaptar a certas exigências. A questão da estrutura* [...] *altura de casa, eles exigem um absurdo.* (F_Ta). Como nos referiram:

A gente teve as informações necessárias para começar o trabalho [...] *a vestimenta adequada, a higiene do local e das pessoas* [...] *a tal de barreira sanitária, a maneira correta de manusear os produtos* [...]. *Até aprender a lavar as mãos a gente tem que aprender lá, né... (risos) lavar entre os dedos, e as unhas... os nós dos dedos, que às vezes a gente não sabia lavar.* (F_St)

Tem gente que aprende mas não coloca tudo em prática, né, não usam as BPFs por causa da pressa, para fazer tudo mais rápido, então, atalham etapas como lavar as mãos, unhas curtas, escova nas unhas, esmalte não pode. A gente está fazendo conforme dá, mas não tem como fazer 100%. (F_Is)

OK. Eu tenho Alvará por causa do curso. Isso não significa que eu estou aplicando o que eu aprendi, entende? [...] *A Lei das BPFs, ela pega uma indústria enorme e vem para uma microagroindústria familiar. A Lei é aplicada na mesma.* [...] *isso não deveria existir.* [...] *Quem fez essa lei não tem noção do que seja um trabalho que nem o meu* [...]. (F_Ch)

Figura 3 – Similitude das formas ou palavras da classe 3 do corpus "entendimento sobre BPFs"



Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Partindo das supracitadas colocações dos feirantes, é possível apontar que preocupações com a organização, a higiene (LANES, 2014)no Rio Grande do Sul. O corpus são as agroindústrias dessa região por se constituem em um espaço de produção de produtos agropecuários e a consequente transformação em derivados alimentares de diversos tipos. Nesse processo, ocorre, portanto, a agregação de valor ao produto final. Além disso, deve-se ressaltar que, em tais empreendimentos, há grande relevância do trabalho e da gestão por parte do próprio núcleo familiar. O objetivo é identificar as razões que dificultam a implantação do Programa Boas Práticas de Fabricação junto às agroindústrias familiares de Júlio de Castilhos. Para fins de análise, foram visitadas dez unidades familiares do município, das quais cinco unidades estão cadastradas no Programa Gaúcho de Agroindústria; e outras cinco famílias rurais, caracterizando uma amostra não probabilística, que se define por critérios de acessibilidade e tipicidade (VERGARA, 2010, o cuidado, não usar agrotóxicos, bem estar alimentar e social, formação e qualificação, adequações necessárias, fazer a coisa certa e correta, legalidade normativa e, por fim, continuar a lutar de forma incansável para satisfazer às demandas e às expectativas dos consumidores são componentes, termos e tópicos que passaram a fazer parte do ambiente da agricultura familiar.

A classe 3 (Figura 2) retrata basicamente a grandeza **industrial.** A preocupação com a qualidade em todas as etapas do sistema produtivo aponta as dificuldades e os entraves da maioria dos agricultores familiares para se adequar à normativa. Isso porque a normativa está direcionada para as grandes agroindústrias que dispõem de uma infraestrutura adequada, recursos, pessoas, equipamentos correspondentes, procedimentos operacionais padronizados e capacidades de execução. Mesmo assim, as preocupações dos agricultores familiares são relevantes e legítimas, podendo ser, caso haja interesse político nacional, as bases para a construção de

políticas públicas mais consistentes, integradas e impulsionadoras para esta categoria de agricultores. No caso do Brasil, essa colocação é relevante, porque uma porcentagem considerável da alimentação diária das famílias vem da agricultura familiar.

A TRANSFORMAÇÃO DOS ALIMENTOS

Esta classe 4 (Figura 2) é constituída por vocábulos tais como: *uva* ($x^2 = 40,27$); *vinho* ($x^2 = 33,69$); *pepino* ($x^2 = 26,77$); *geleia* ($x^2 = 23,59$); *guardar* ($x^2 = 20,21$); *figo* ($x^2 = 19,95$); *pêssego* ($x^2 = 19,95$); *chimia* ($x^2 = 19,94$); *conserva* ($x^2 = 19,94$); e *Emater* ($x^2 = 17,71$). Esses termos estão associados à produção onde os desafios, de um modo geral, acabam ilustrados. A seguir, algumas falas dos agricultores:

> *Uso as frutas que mais eu tenho na propriedade.* [...] *Faço as chimias do que eu cultivo, faço geleia de pêssego, chimia de figo, de uva, de morango, de abóbora* [...] *tudo o que vem da época que eu tenho dentro da propriedade* (F_Ch)*;* F_Hb acrescentou: *faço conserva de pepino, de pêssego, pão de uva* e ainda: *fizemos a produção com fermento natural, de batatinha* (F_Ta, F_Pa).

Em certas ocasiões, após o diagnóstico prévio das condições das áreas de produção e de comercialização dos alimentos, aos pequenos agricultores feirantes são disponibilizadas formações sobre BPFs ofertadas por instituições públicas (BERTOLO et al., 2016; CAMPOS et al., 2019; KRIGER; MEREGALLI; BORSZCZ, 2018; MENDES et al., 2020; OLIVEIRA et al., 2018 ou mesmo através de instituições estaduais (ARAÚJO; MACHADO; MOLIN, 2019; EMATER, 2020), como exemplificado nas falas dos feirantes: *A Emater dá muita assistência para nós* (F_Ta)*; Quem mais contatou com a gente é a Emater* (F_Hb)*; foi uma funcionária da Emater.* [...] na-

quela época a gente aprendeu a fazer o suco de laranja engarrafado; [...] *aprendemos a tirar o gás do vinho, outra vez fizemos um curso de secagem de frutas* (F_Is). *graças à presença do técnico que tinha a formação, aprendemos um mínimo de controle (*F_Ll).

No assentamento, morada de grande parte dos entrevistados, havia uma cozinha comunitária. Conforme F_Ta: *geralmente vêm as oito famílias para fazer a produção, todo mundo junto*. Semanalmente eram manipulados os alimentos cultivados no local, que os transformados em pães, cucas e bolachas. A produção era conforme a encomenda. O ambiente era bem precário, faltavam desde os ajustes na infraestrutura do local até a aquisição de móveis e maquinários adequados, no entanto, a força de vontade daquelas mulheres superava as dificuldades físicas.

Para essas agricultoras, o trabalho coletivo se tornou um momento de lazer e socialização entre as integrantes do grupo e com outras pessoas, pois proporcionava encontros que antes não ocorriam, devido a cada uma estar envolvida com seus afazeres domésticos individuais e não ter tempo para outras atividades (BISSOLI; THIES, 2020).

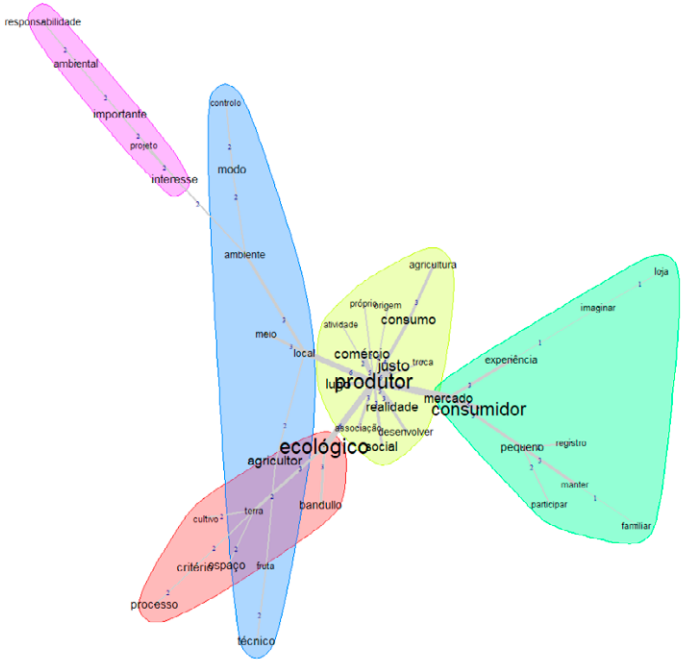
Outro aspecto a observar era a preocupação com o armazenamento dos produtos, como relataram F_In: *armário bom para guardar as coisas e uma câmara fria*; e F_Is: *a bambona de plástico, depois de evaporar o ar e bem tampada, conserva; um freezer só para doces.* (F_Pa)

Relativamente à análise das palavras da classe 4, as falas caracterizaram-se majoritariamente através das grandezas **inspiração, cívica e doméstica**. Grande parte dos feirantes estava diretamente ligada à Extensionista da Emater, que proporcionava oficinas variadas onde os agricultores tinham mais noção de boas práticas para transformar os alimentos e criavam receitas, inventavam, diversificavam. Da mesma forma que o saber fazer tradicional era respeitado em todos os grupos, o que caracteriza a grandeza **doméstica**.

DA PRODUÇÃO PARA A FEIRA

Na formação isolada da classe 5, destacam-se: ecológico (x^2 = 5,43); *produtor* (x^2 = 53,24); *consumidor* (x^2 = 42,78); *justo* (x^2 = 31,36); *consumo* (x^2 = 22,26); *comércio* (x^2 = 21,01); *lugo* (x^2 = 20,84); *agricultor* (x^2 = 20,84); *mercado* (x^2 = 20,56); *social* (x^2 = 20,59); *realidade* (x^2 = 19,14); *importante* (x^2 = 16,1); *processo* (x^2 = 15,53); *técnico* (x^2 = 15,53); *critério* (x^2 = 15,53); *interesse* (x^2 = 15,17); *espaço* (x^2 = 15,17); *modo* (x^2 = 15,17) (Figura 4).

Figura 4 - Análise de Similitude da produção para a feira



Fonte: Elaborado pelos autores.

Naturalmente que o centro das atenções é o produtor familiar, que realiza sua atividade agrícola e almeja que a forma de pro-

dução, transformação e o modo de comercialização dos alimentos ocorram de maneira justa, de acordo com a realidade e através do envolvimento em associações, ou em contexto com valores e objetivos comuns, em que possam realizar partilhas e trocas com a finalidade de desenvolvimento pessoal e social.

A grande maioria dos agricultores manifestou o desejo de um modo de cultivo ecológico ou natural[16] que está presente na seguinte fala:

> *A primeira coisa que nós trabalhamos com as pessoas que estão participando é a apresentação. Tem que ter produto de qualidade, produto limpo, sem venenos.* [...] *verdura, sem veneno, ecológico* [...] *e a simpatia com o povo* [...] *Não adianta ir lá com a cara fechada, o povo não vai chegar. E a apresentação muito boa. Viu que tem que melhorar, aceite a crítica, a ideia do outro.* (F_Ta)

O feirante F_Ll acrescentou que *interesse é manter, modificar o menos possível* [...] *sou de família de pequenos agricultores* [...] *meus antepassados estavam muito ligados à terra, ligados à pequena produção, em manter os produtos da terra,* o que vai ao encontro com Niederle e Wesz Junior (2018), quando mencionam que a agroecologia é a principal expressão deste conjunto de práticas, possibilitando novas alternativas de produção.

Sob a perspectiva cultural, as feiras tornaram-se um local de troca de experiências entre os feirantes e desses com os consumidores que, além de adquirirem alimentos e produtos oriundos de sistemas econômicos e ecológicos justos (I PÉREZ; CARTEA, 2020) – grandeza da **opinião** -, têm a possibilidade de conhecer a realidade dos agricultores de forma direta – grandeza **doméstica** – , sem atraves-

16 A maioria dos assentados residia numa região onde imperava a monocultura de soja, por consequência, a utilização de agrotóxicos era muito presente.

sadores ou quaisquer outros meios de comercialização. Ainda que cada agricultor familiar tenha uma perspectiva diferente – grandeza **cívica** - de participar da feira, seja pela venda, a fama, o pertencimento, o valor do produto e/ou a criatividade, o envolvimento na feira possibilita um crescimento e desenvolvimento de todos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na primeira abordagem prática, a entrevista com os agricultores feirantes permitiu traçar o quadro geral do contexto de cada feira, além de ilustrar a percepção dos agricultores com relação às normativas de qualidade praticadas durante o cultivo, a transformação e a comercialização dos alimentos. Com isso, uma parcela significativa dos entrevistados revelou ter conhecimento sobre o *check list* de verificação e os POPs exigidos nas normativas de BPFs.

Contudo, destacaram que, devido à realidade socioeconômica dos pequenos agricultores familiares, a prática das rotinas e adequações às especificidades nem sempre era viável nas condições integrais presente nas referidas normativas. No entanto, eles realizavam esforços para desenvolver, implementar e consolidar todas as ações que buscam reforçar a qualidade e a segurança nos alimentos, preservando a confiança junto aos consumidores. Por isso, a redes de cooperação, de interação e de qualificação são fundamentais nesse processo.

As entrevistas com os 11 feirantes foram classificadas pelo *software* IRaMuTeQ em cinco classes, que definiram o processo produtivo que ocorria nas unidades familiares, desde o motivo pelo qual produziam, quais alimentos eram cultivados, a concepção de qualidade higiênico-sanitária ao manusear os alimentos – BPFs -, e a transformação dos mesmos até a comercialização na feira local. Utilizou-se a Teoria das Convenções para identificar quais grandezas se destacavam em cada classe.

Considera-se como uma contribuição importante desta pesquisa o entendimento de que o envolvimento dos feirantes não se relaciona somente à atividade mercantil e à preocupação com a higiene na produção, refletida na grandeza industrial. Vai muito além, envolve as relações domésticas de desenvolvimento pessoal, criatividade, aumento da autoestima e valorização do trabalho da mulher com vistas à independência financeira.

Este estudo poderá ser replicado para outras feiras, nacionais ou não, onde a Teoria das Convenções poderá ser a base para analisar o olhar de todos os envolvidos no contexto da feira, além dos feirantes.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, E. S.; MACHADO, M. V. G.; MOLIN, C. T. **Manual de boas práticas de manipulação de alimentos**. São Paulo: Secretaria Municipal da Saúde, 2019.

BALLIVIÁN, J. M. O. P. *et al*. **Feira livre: a construção de relações recíprocas**. Frederico Westphalen, RS: Litografia Pluma, 2018.

BERTOLO, A. P. *et al*. Experiência do uso das Boas Práticas de Fabricação para melhoria das condições higiênico-sanitárias da Feira do Agricultor de Laranjeiras do Sul – PR. **Revista Brasileira de Extensão Universitária**, v. 7, n. 1, p. 51–57, 27 jul. 2016.

BISSOLI, M. W. DE L.; THIES, V. F. Empoderamento feminino e sociobiodiversidade do Cerrado brasileiro: o caso das mulheres agricultoras de Anastácio - MS. In: **Sistemas alimentares no século 21: debates contemporâneos [recurso eletrônico]**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020. p. 279–289.

BOLTANSKI, L.; THÉVENOT, L. **De la justification: les économies de la grandeur**. ((2020) A justificação: sobre as economias da grandeza. Universidade Federal do Rio de Janeiro, UFRJ): Editora UFRJ. Tradução do português, 1991.

BRACCINI, V. P. *et al*. De onde vem o seu queijo? O cenário da comercialização do queijo tipo colonial em feiras do município de Santa Maria/RS. In: **Produtos Lácteos: Desenvolvimento & Tecnologia**. Canoas: Mérida Publishers, 2020. p. 10–24.

BRASIL. **Guia alimentar para a população brasileira**. Brasília, DF: Ministério da Saúde, 2014.

BRITO, A. **O que é a agricultura familiar**. Disponível em: <http://bit.ly/3rW3CEH>. Acesso em: 14 fev. 2021.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. **Temas em Psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513–518, 2013.

CAMPOS, C. S. V. *et al*. **Capacitação em boas práticas para serviços de alimentação**. SEURS Extensão e Inovação. **Anais**...2019Disponível em: <https://bit.ly/3rVGNky>. Acesso em: 15 fev. 2021

CONTAG. **Curso nacional de formação a Década da Agricultura Familiar: Ações e estratégias para a promoção do AIAF+10**. Disponível em: <https://bit.ly/3jVBA9l>. Acesso em: 14 fev. 2021.

DAROLT, M. R. *et al*. Redes alimentares alternativas e novas relações produção-consumo na França e no Brasil. **Ambiente & Sociedade**, v. 19, n. 2, p. 1–13, 2016.

EMATER. **Centro de treinamento de Erechin: CETRE**, 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3bcq7ya>. Acesso em: 15 fev. 2021

FAO. **Década das Nações Unidas para a Agricultura Familiar**. Disponível em: <http://bit.ly/3jT7PWK>. Acesso em: 16 fev. 2021.

FAO; IFAD. **Decenio de las naciones unidas para la agricultura familiar 2019-2028. Plan de acción mundial**. Disponível em: <https://bit.ly/3pqDd0a>. Acesso em: 16 fev. 2021.

FEITO, M. C. Comercialización de la agricultura familiar para el desarrollo rural: feria de la Universidad Nacional de La Matanza. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 58, n. 1, p. 1–19, 2020.

FIDA. **Principais canais de comercialização para agricultura familiar brasileira**, 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3pwd00b>. Acesso em: 14 fev. 2021

I PÉREZ, K. M. B.; CARTEA, P. Á. M. Iniciativas colectivas de consumo ecolóxico en Galicia: Panorama actual, modelos e acción socioeducativa. **Brazilian Journal of Agroecology and Sustainability**, v. 2, p. 1–17, 2020.

KRIGER, L. M. DE B.; MEREGALLI, M. M.; BORSZCZ, V. **A panificação na agricultura familiar de Erechim/RS: um estudo sobre suas principais atividades e demandas de capacitação**. 7º JEPEX e 1ª Mostra. **Anais**...2018Disponível em: <https://bit.ly/3u0vTvG>. Acesso em: 14 fev. 2021

LAMINE, C. *et al*. A transição ecológica de sistemas agrialimentares territoriais: uma abordagem dinâmica e pragmática. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, 2018.

LANES, R. O. S. **Entraves e avanços na implantação das boas práticas de fabricação em pequenas agroindústrias familiares em Júlio de Castilhos/RS**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento) – Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Campus Ijuí): Ijui, RS, 2014.

MATTE, A. *et al*. Mercados da pecuária familiar no sul do Brasil: convenções e canais de comercialização da bovinocultura de corte. **Agricultura Familiar: Pesquisa, Formação e Desenvolvimento**, v. 14, n. 1, p. 41, 29 jun. 2020.

MENDES, M. F. DA C. *et al*. Capacitação de produtores de alimentos de assentamentos rurais do estado de Goiás. In: **Resultados econômicos e de sustentabilidade nos sistemas nas ciências agrárias 3**. Ponta Grossa, PR: Atena, 2020. p. 16–23.

MOURA ARAUJO, A.; MAGALHÃES RIBEIRO, E. Feiras, feirantes e abastecimento: uma revisão da bibliografia brasileira sobre comercialização nas feiras livres. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 26, n. 3, p. 561, 1 out. 2018.

NIEDERLE, P. A.; WESZ JUNIOR, V. J. **As novas ordens alimentares**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2018.

NOGUEIRA, R. E. DA S.; VIOLA, G. G. Confiança e acessibilidade são fundamentais para quem busca na feira do IFRN, mas a economia solidária ainda não é bem difundida. **Cadernos de Agroecologia**, n. 15, 2020.

OLIVEIRA, Á. S. *et al*. Feira da Produção da Reforma Agrária e da Agricultura Familiar – FEPRAF/JC: Relato de experiência. **Cadernos de Agroecologia**, v. 13, 2018.

PICOLOTTO, E. L.; BREMM, C. Ecologização na agricultura familiar, feiras e produtos artesanais na região Central do Rio Grande do Sul. **Política & Sociedade**, v. 15, p. 104, 14 mar. 2017.

PINTO, I. F.; CAMPOS, C. J. G.; SIQUEIRA, C. Investigação qualitativa: perspetiva geral e importância para as ciências da nutrição. **Acta Portuguesa de Nutrição**, v. 14, p. 30–34, 2018.

PREISS, P. V.; SCHNEIDER, S. **Sistemas alimentares no século XXI: debates contemporâneos [recurso eletrônico]**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020.

PRUDÊNCIO DE MERA, C. M.; MENEGAZZI, T. R.; DIAZ, J. S. Análise da

conformidade higiênico-sanitária de unidades agroindustriais familiares produtoras de derivados lácteos em municípios do Rio Grande do Sul. **Redes**, v. 25, n. 2, p. 832–856, 25 maio 2020.

SCHABARUM, J. C.; TRICHES, R. M. Aquisição de produtos da agricultura familiar em municípios paranaenses: análise dos produtos comercializados e dos preços praticados. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 57, n. 1, p. 49–62, jan. 2019.

SOARES, R. O. *et al*. A dinâmica de comercialização em circuito curto em Lugo, Galiza. **Revista de Ciências Agrárias**, v. 43, n. Especial 1, p. 26–35, 2020.

TIBÉRIO, M. L.; CRISTÓVÃO, A. A definição da qualidade em fileiras de produtos qualificados: Uma aplicação do modelo CQFD e da Teoria das Convenções. **Revista de Economia Agrícola**, v. 59, n. 2, p. 99–114, 2012.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

YIN, R. K. **Pesquisa qualitativa do inicio ao fim [recurso eletrônico]**. Porto Alegre: Penso, 2016.

PARTE 03:
ALIMENTOS E BEBIDAS TRADICIONAIS: SABERES E SABORES ADQUIRIDOS E CONSUMIDOS NAS FEIRAS

“RETRAÇANDO A VISITAÇÃO” LEITURAS SOBRE FEIRAS DE CUIABÁ-MT

AUTORAS

ANNA MARIA RIBEIRO FERNANDES MOREIRA DA COSTA
anna-edu@hotmail.com

SÔNIA REGINA ROMANCINI
romancini.ufmt@gmail.com

“FAZER A FEIRA”: PALAVRAS INICIAIS

O presente artigo analisa as diferentes racionalidades da produção social do espaço urbano em Cuiabá, Mato Grosso, a partir do estudo de três feiras que ocorrem periodicamente na cidade, entendidas como um fato cultural. O estudo destaca a importância dessa atividade como um fator que se relaciona à cultura local, uma prática cotidiana que movimenta milhares de pessoas todos os meses em busca da compra de produtos alimentícios, artigos diversos e entretenimento. Pautadas em suas vivências na cidade de Cuiabá, as autoras trazem a lume seus olhares sobre as feiras que frequentam. Sônia Romancini centra suas observações na feira livre do Jardim Imperial; Anna Maria R. F. M. Costa analisa a feira livre do bairro Terra Nova e Gaia – Feira Itinerante de Economia Criativa. Diferentemente das anteriores, a feira Gaia não tem a mesma periodicidade e seus produtos são, em grande maioria, objetos de artes, adornos, alimentos e produtos naturais.

Cuiabá, capital de Mato Grosso, surgiu em decorrência da mineração, em 1719, quando efetivou uma política violenta de aldeamentos indígenas destinados aos indígenas da etnia Boe-Bororo, expulsando-os definitivamente dessa região. Centro Geodésico da América do Sul, localiza-se à margem esquerda do rio Cuiabá, afluente da margem esquerda do rio Paraguai, pertencendo à bacia do Prata. O domínio do Cerrado e as águas abundantes dos rios de Cuiabá e Mato Grosso ofertam uma variedade de frutos, plantas e peixes que incrementam a culinária regional.

Em meados do século XX, a cidade contava com cerca de 50 mil habitantes. A “integração da Amazônia”, na década de 1970, elegeu Cuiabá como ponto estratégico e centro de decisões que, como consequência, recebeu milhares de migrantes que deram à cidade forte diversidade cultural. A população urbana que era de 88.254 pessoas em 1970, atingiu 198.086 em 1980, 395.662 em

1991, 551.098 em 2010, com uma estimativa de 618.124 pessoas no ano de 2020 (CUIABÁ, 2010; IBGE, 2021).

A diversidade cultural de Cuiabá foi sintetizada pelas seguintes palavras quando a cidade completou 250 anos:

> Assim é Cuiabá. Rica de colorido, cheia de fortes contrastes. Cuiabá é terra do Senhor Bom Jesus e de Todos os Santos. De suave murmúrio do vento agitando as palmeiras imperiais. Cuiabá do pacu assado, do licor de piqui [pequi], da carne com banana, do guaraná ralado. Da poesia das águas do rio que leva o seu nome. Dos becos estreitos, dos casarões coloniais, do mercado do Porto, do peixe bom. [...] (CUIABÁ de todos os santos e de todas as cores, 1969)

A metodologia adotada para a pesquisa é a abordagem qualitativa, caracterizada por uma compreensão detalhada dos significados e características apresentadas pelos entrevistados. Sendo assim, ocorre uma valorização da maneira como cada indivíduo observa um determinado fato. Essa relação entre o indivíduo e o fato não deve ser apenas mensurada, mas também interpretada (RICHARDSON, 1999).

Entre os procedimentos adotados para o desenvolvimento da pesquisa, destacou-se o levantamento bibliográfico e a consulta a *sites* da internet. Foram também realizadas conversas informais com os feirantes e entrevista com as organizadoras da feira Gaia, frequentada por Costa.

Este estudo inicia a discussão com *Feiras em Cuiabá: espaços de negociar e saborear*, apresentando percursos teóricos da Geografia e da História, áreas de formação acadêmica das autoras, que envolvem as feiras na produção de espaços, nas práticas urbanas. Prossegue com *Feira livre do Jardim Imperial*, Feira livre *do Terra Nova* e *Gaia – Feira Itinerante de Economia Criativa*, com descrições e experiências praticadas pelas autoras nesses

eventos comerciais, que impingem dinâmicas distintas e trajetórias específicas.[1]

Com o pensamento de Le Goff (1988), a cidade atual, policêntrica, perde o centro, tonando-se um *continuum*, envolvida por uma intensa rede de vias de comunicação, deixando as distâncias menores. A formar tantos adensamentos que se renovam a cada dia, desenha novas paisagens urbanas diante à circulação dos veículos, ao caminhar dos pedestres. E, em referência às feiras livres, o jogo dos preços convoca os consumidores a adquirir seus produtos, um forte convite à frequentação, para além da vantagem da proximidade de suas residências, "retraçando a visitação".

"Retraçando a visitação", termo que pedimos emprestado a Benedito Sant'Anna da Silva Freire, mais conhecido por Silva Freire, poeta nascido em Mimoso, Distrito de Santo Antônio de Leverger, Mato Grosso, para nominar nosso caminhar pela cidade, pelas feiras, em ações conjuntas de criação de novas realidades, a dar novos significados à vida. Retraçar, verbo que implora por um complemento, é traçar de novo. Novos caminhares, a ouvir as vozes das ruas que recebem as feiras, dos espaços vazios das barracas de feirantes ausentes, dos produtos que antes estavam no chão, sob uma lona plástica e passam a ganhar expositores de madeira. É atentar-se ao valor evocativo da dezena de acessórios – saquinhos plásticos, balança, prateleiras, expositores, máquina de cartão de crédito – e, para os pagantes em dinheiro, o troco. São "objetos-sujeitos", termo criado por Bachelard (1978, p. 248), por trazerem consigo revelações, "uma insondável reserva dos devaneios da intimidade" pertencente aos comerciantes.

1 Neste estudo, as partes Feira livre do Jardim Imperial, Feira livre do Terra Nova e Gaia – Feira Itinerante de Economia Criativa foram escritas na 1ª pessoa do singular por apresentarem nossas experiências particulares.

O regatear, pedir abatimento, pechinchar; o agrado do feirante, a arredondar o valor da compra em benefício do cliente ou a agradar o cliente com algum produto de sua barraca é a feira em oposição ao distanciamento característico dos supermercados, onde cliente e fornecedor pouco ou nada interagem. Retraçar os caminhos pelas ruas das feiras é o que faremos a seguir.

FEIRAS EM CUIABÁ: ESPAÇOS DE NEGOCIAR E SABOREAR

Na concepção do geógrafo Paul Claval, a cidade é "[...] uma organização destinada a maximizar a interação social" (VASCONCELOS, 2015, p. 20). A análise parte da vida cotidiana em que a ida à feira livre pelas pessoas constitui um hábito. Presente em quase todas as definições de cotidiano, o hábito está intimamente ligado às noções de tradição e de costume.

As feiras livres em Cuiabá fazem parte da tradição da cidade. Uma tradição que, conforme ressalta Almeida (2018, p. 58), não se pauta apenas pela antiguidade, mas pela continuidade com o passado que permite incorporar as inovações e reinterpretações que o presente exige. Neste sentido, a dinâmica da tradição das feiras permite a "[...] redefinição e reelaboração permanente do passado em função das necessidades e desafios do presente".

O hábito dá-nos a ideia de algo que se repete com duração de tempo, podendo ser algo agradável. Sobre a importância do cotidiano, Mesquita (1995, p. 19-20) destaca:

> A observação no cotidiano é um exercício de atenção cuidadosa: supõe dois "agires". Quem se auto-observa e simultaneamente observa os outros e os eventos em que se está envolvido, põe sua atenção sobre como e onde isto ocorre, portanto no território [...]. É no cotidiano, no caso em que a heterogeneidade da vida moderna nos envolve, que as coisas se organizam em torno de afetos, trabalho, lazer.

Netto (2012) salienta que não há sociedade sem cotidianidade, bem como não há homem sem vida cotidiana, uma vez que é nela que se dá o espaço-tempo de constituição, produção e reprodução do ser social. No cotidiano urbano, as feiras tomam conta das ruas e criam nova paisagem. Nessa perspectiva, Lefebvre afirma que a rua não é somente um lugar de passagem e de circulação, é o lugar do encontro. É no contato com o outro proporcionado pela rua que se aprende uma nova dimensão da vida – aquela que se constrói na prática social, onde está a sociedade urbana em constituição, com seus símbolos e funções informativa e lúdica. O cotidiano é o lugar de conflito e o lugar onde se formulam problemas, é o lugar da ação. Para Lefebvre, citado por Carlos (1996, p. 91), a rua tem o seguinte significado:

> [...] representa a cotidianidade na nossa vida social [...] Lugar de passagem, de interferências, de circulação e de comunicação, ela torna-se, por uma surpreendente transformação, o reflexo das coisas que ela liga, mais viva que as coisas. Ela torna-se o microscópio da vida moderna. Aquilo que se esconde, ela arranca da obscuridade. Ela torna público.

O município de Cuiabá possui atualmente 48 feiras livres em diferentes bairros[2] da capital, beneficiando aproximadamente 1000 pequenos e microempreendedores (feirantes) e atendendo a aproximadamente 300 mil consumidores ao mês, com a comercialização de diversos produtos de forma mais acessível à população cuiabana. Cabe à Prefeitura Municipal, por meio da Secretaria de Agricultura, Trabalho e Desenvolvimento Econômico a implemen-

2 Nesta abordagem, empregaremos o conceito de bairro proposto por De Certeau (2002, p. 43): “o espaço de uma relação com o outro como ser social, exigindo um tratamento especial. [...] o lugar de uma passagem pelo outro, intocável porque distante, e no entanto passível de reconhecimento por sua relativa estabilidade. Nem íntimo, nem anônimo: vizinho”.

tação de ações estratégicas visando à reestruturação dos espaços físicos de forma mais adequada, padronização e higienização das barracas, organização e setorialização com objetivo de melhorar a segurança da população que frequenta as feiras livres nos diversos bairros (CUIABÁ, 2021).

Claval (1999, p. 255) salienta que: "Alimentar-se, beber e comer: não há terreno de análise mais fascinante para os geógrafos. As relações ecológicas dos homens com seu ambiente exprimem-se diretamente nos consumos alimentares". O autor estabelece uma relação entre os diversos tipos de alimentos e os locais de suas procedências e afirma: "O homem imaginou então uma gama variada de técnicas para produzir abundantemente os gêneros que pudesse ingerir, e transformá-los em apetitosos".

Para Barbosa (2008, p. 214): "Se o ato de comer é, no ser humano, uma maneira de manifestar sua cultura, tal prática o inscreve como importante arquitetura do paladar, traçado cotidianamente por um grupo social". Portanto, as peculiaridades históricas conferem um perfil à cozinha e ao fato de comer, contribuindo para a construção de uma marca identitária, a exemplo do que ocorre em Cuiabá em relação a alguns alimentos da culinária regional.

Nossas vivências nas três feiras em Cuiabá, Feira livre do Jardim Imperial, Feira livre do Terra Nova e Gaia – Feira Itinerante de Economia Criativa, unem-se às trilhas teóricas das Ciências Humanas para nos acompanhar nessas práticas do espaço

> [...] práticas estranhas ao espaço 'geométrico' ou 'geográfico' das construções visuais, panóptica ou teóricas. Essas práticas do espaço remetem a uma forma específica de 'operações' ('maneiras de fazer'), a 'uma outra espacialidade', (uma experiência 'antropológica', poética e mítica do espaço) e a uma mobilidade opaca e cega da cidade habitada. Uma cidade transumante, ou metafórica, insinua-se assim no texto claro da cidade planejada e visível (DE CERTEAU, 2002, p. 172).

Não é de hoje que as práticas de produção, comercialização e consumo de alimentos e bebidas desenham mudanças políticas, econômicas e culturais nas cidades brasileiras. Feiras revelam-se em si mesmas em densidade e multiplicidade que projetam geograficamente a planta da cidade em incontáveis ir e vir. São inúmeros expositores dedicados ao comércio de uma expressiva variação de produtos comestíveis, brinquedos, roupas, dentre outros.

As feiras, “cidades de um dia”, como se referiu Lévi-Strauss, permanentes ou periódicas, sempre exerceram atração da população urbana ou rural. Espaços de intensa vida social que orbitam nos produtos comercializados

> Como lugar de encontros, transações, novidades e escândalos, possuem um ritmo próprio, sempre mais ou menos intenso, em virtude da aglomeração inquieta de corpos e objetos num espaço que parece, por vezes, demasiado exíguo para contê-los a todos (VOGUEL, MELLO, BARROS, 1993, p. 7).

Em observância ao movimentar das feiras, fazem-se presentes os jogos específicos de cada pessoa – comerciante e consumidor – produtora de acontecimentos diferenciadores que dão formas aos espaços onde são edificadas. No olhar de De Certeau (2002), são “produtores desconhecidos, poetas de seus negócios, inventores de trilhas nas selvas da racionalidade funcionalista”. Produtores de vivências, comerciantes e consumidores, juntos, traçam trajetórias indeterminadas, que dão a aparência de serem privadas de sentido porque foram criadas para funcionarem dentro de um espaço construído, escrito e pré-fabricado pela ordem dominante. Mas, suas maneiras de fazer, descrever lances, estratégias e táticas são singulares. Na concepção de De Certeau (2002), os modos de fazer, “sem lugar próprio, sem visão globalizante, cega e perspicaz como se fica no corpo a corpo em distância, comandada pelos acasos do termo, a tática é determinada pela *ausência*

de poder assim como a estratégia é organizada pelo postulado de um poder".

Entretanto, continuando ao lado de De Certeau (2002), "ainda que os métodos praticados pela arte da guerra cotidiana jamais se apresentem sob uma forma tão nítida, nem por isso é menos certo que apostas feitas no lugar ou no tempo distinguem as maneira de agir". Vender, comprar, falar, comer, beber, pagar, receber, convencer, práticas cotidianas de comerciantes e consumidores são "características das astúcias e das surpresas táticas: gestos hábeis do 'fraco' na ordem estabelecida pelo 'forte', arte de dar golpes no campo do outro, astúcia de caçadores, mobilidades nas manobras, operações polimórficas, achados alegres, poéticos e bélicos" (DE CERTEAU, 2002, p. 102). Transpondo esse pensar certeauniano aos espaços das feiras livres, podemos associar o "fraco" tanto aos comerciantes como aos consumidores, diante ao "forte", o sistema dominante, ordenador dos espaços citadinos.

De forma alguma, não estamos falando de obediência ou resistência por parte de comerciantes e consumidores de feiras livres que, em Cuiabá, estão sob a supervisão da Secretaria Municipal de Agricultura, Trabalho e Desenvolvimento Econômico. Em espaços pré-determinados pela ordem vigente, a Secretaria estabelece normas quanto à reestruturação dos espaços físicos: padronização e higienização das barracas, licenciamento, prática de novas medidas de prevenção à Covid-19. Trata-se de adoção de experiências assumidas para que comerciantes, feirantes e vendedores possam adentrar na supremacia das malhas do sistema regulamentadas pela ordem dominante. Nos espaços da feira, à sua maneira, redimensionam suas táticas cotidianas nos espaços, retraçando novos passos, novos caminhos que os levam ao pertencimento. Repetindo o dito de De Certeau (2002, p. 97), inventar "trilhas nas selvas da racionalidade funcionalista", onde se deparam com a politização dos espaços públicos.

FEIRA LIVRE DO JARDIM IMPERIAL

O bairro Jardim Imperial, fundado em 1990, está localizado na Região Administrativa Leste. É um bairro de renda média que, juntamente com os bairros Jardim Imperial II, Jardim Universitário e Recanto dos Pássaros, fundados na década de 1980, constituem a denominada “Região do Moinho”. No início dos anos 2000, a implantação do Condomínio Horizontal Belvedere, no Jardim Imperial, conferiu valor às glebas existentes na Área de Expansão Urbana Leste, onde foi construído o complexo de condomínios Rios de Cuiabá, assim denominado por ser constituído por seis condomínios de casas, delimitados por cerca viva, com portarias e áreas de lazer independentes, com ruas de acesso entre eles. Na sequência, foi implantado o Belvedere II e, atualmente, a área tem recebido investimentos da construtora MRV, com a construção de edifícios de apartamentos pelo programa Casa Verde e Amarela.

Com a inauguração da Avenida das Torres, no ano de 2010, criando uma alternativa de ligação desses bairros aos demais bairros da cidade, a região do Moinho passou por consideráveis mudanças, como o aumento do fluxo de carros, melhorias nos estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, valorização imobiliária e o incremento populacional.

Esse dinamismo refletiu-se na feira livre do Jardim Imperial, que conta com mais de 20 anos de funcionamento. No início, a feira era modesta, tinha barracas de lona e menor variedade de produtos. A feira tem um lugar definido, a Avenida das Palmeiras, a principal do bairro. Isso provocou muitas críticas e sugestão para a mudança do local. Porém, prevaleceu a vontade dos moradores e feirantes, ficando a feira na avenida, que recebeu obras de iluminação e aumento no número de vagas de estacionamento para veículos.

A feira livre do Jardim Imperial (Figura 1) ocorre às sextas-feiras, das 16 às 22 horas, salvo em períodos especiais, regidos pelos

decretos municipais, que modificam seu funcionamento, em decorrência das medidas de biossegurança devido à pandemia da Covid-19. Os feirantes e pequenos empreendedores têm se adaptado aos protocolos de segurança, conforme orientações da Prefeitura Municipal de Cuiabá. Nos dias em que há feriado na sexta-feira, ela é antecipada para a quinta-feira.

Figura 1- Panorama da feira na Avenida das Palmeiras

Foto: Sônia Romancini, 2021.

Como moradora do Jardim Imperial desde o ano 2008, tenho frequentado a feira livre e observado as transformações nas características das bancas e barracas, na inserção de novos produtos e na presença de *food trucks*, ou outros veículos, que se abrem para a venda de comidas, sucos naturais, entre outras variedades, como cosméticos e perfumes. A venda de carnes, peixes e laticínios passou a ser realizada em balcões refrigerados, que preservam a qualidade dos produtos comercializados.

Algumas barracas destacam-se pela venda de produtos artesanais ou industrializados como os embutidos, rações para animais,

macarrão e massas, pães, doces, doces em calda, confecções, bijuterias, utensílios domésticos, flores naturais em vasos, entre outros. No contraste das formas mais aprimoradas para a venda, um jovem senegalês comercializa óculos e outros objetos de pequeno valor agregado.

Outras barracas ofertam os produtos hortifrutigranjeiros da região, como frutas, verduras, temperos, legumes, mandioca, grãos, queijos, requeijão, manteiga, carnes, embutidos e ovos, provenientes da Serra de São Vicente, da comunidade Agrícola das Palmeiras, do Assentamento Santo Antônio da Fartura, de Chapada dos Guimarães, entre outras localidades. Os feirantes adquirem os produtos na Central de Abastecimento de Cuiabá, localizada no Distrito Industrial, que também abastece a cidade com os produtos de outros estados.

Na perspectiva do espaço cotidiano da feira livre do Jardim Imperial, ilustro com o poema “Retraçando a visitação”, de Silva Freire, que estimula o imaginário do leitor sobre os doces da região, em especial o de caju, os francisquitos e revela o mundo vivido pelos cidadãos cuiabanos. Em sua poesia, Silva Freire utiliza diversos recursos técnicos como o geometrismo, a repetição, o jogo de palavras, neologismos e mini-poemas. Trabalha em blocos de palavras, resultando em uma poesia dinâmica, criadora e expressiva do contexto social vivido (NADAF, 1996).

Retraçando a visitação:

na cordialidade caseira
à porta-da-rua-de-meia-lua
rendada de cadeiras-de-urubamba...
- ah, doce-de-catjú-em-calda
(catju deitado de doce)
catjázinho-de-ouro-canarinho

ou

vinho leve tjaboticaba...
- huuun...aquela cumbuquinha-de-barro
tibí de melado-de-cana-caiana, polvilhado
de quêtjo ralado
com
toletinhos de cará cozido...!
(QUEM TJÁ SABOREOU ISSO, NOS CARDÁPIOS DE PARIS?!)

- noutra escolha de compoteira,
- doce de mangava ou limãozinho...
- os guris estalam a língua na supimpagem da
queimada-de-canela com
rosquinha de queijo ou francisquito
(e já foram brincar de bate-bareta no vizinho)

- então, quando pinchar conversa fiada pega embalo
e conversa coça conversa
que
nesta terra ninguém prova
idade
ninguém mesmo...
vai dando de ombro no tempo
empurrando
assoprando o viver
o tempo vivendo de vista
(es-cor-re-ga-di-nho...
pois nem se despede de tudo...é sempre...
"- até de repente, comadre!"
e, de repente, prisca o aroma do cafezinho
agraciando mais um chegado!
(FREIRE, 1991, p. 163-4)

O delicioso aroma do café e dos temperos é encontrado na barraca do simpático casal Andréia e Ricardo que trabalha na feira há nove anos (Figura 2).

Figura 2 - Barraca do “Café da Feira”

Foto: Sônia Romancini, 2021.

O espaço da feira do Jardim Imperial é um espaço de vida e de emoção, um espaço percorrido e saboreado, conforme análise realizada por Queiroz Filho (2007, p. 1-2):

> Saborear é uma palavra que trás consigo o sentido do gosto, de paladar. [...] Saborear o mundo significa reconhecer, em grande medida, que o espaço contém cheiros, gostos, sensações, esbarrões, piscadelas, náuseas, enfim. Experienciamos o mundo de corpo inteiro, com o estômago, com a boca, com as mãos, com o nariz, e também com os olhos.

Sob esse prisma, Barbosa (2008) discorre que as contribuições da cultura alimentar trazidas por cada etnia resultam em junções gastronômicas que se espalham pelo território brasileiro. Concordo com o autor quando ele pontua que a comida típica regional recebe influências externas, somando-se ao que é produzido no local e afirma: “Os mais variados saberes, sabores e sentidos, ganham destaques com a globalização mundial, no qual a gastronomia se

constitui como um dos seus elementos culturais, 'falando' várias línguas e pluralizando diversas formas de consumo" (p. 214).

O prazer de saborear as iguarias é constado nas inúmeras pessoas que afluem aos *food trucks* e às barracas que comercializam pasteis, caldo de cana, milho cozido, pamonhas, bolo de milho, salgadinhos, espetinhos, bolos, sanduíches, maria-isabel, farofa de banana, entre outros produtos, vivenciando uma experiência da gastronomia regional. Entre as barracas de sucesso gastronômico, certamente, as que vendem pasteis, caldo de cana e suco de laranja estão entre as mais procuradas (Figura 3).

Figura 3 - Pastel tradicional e caldo de cana

Foto: Sônia Romancini, 2021.

Em sua bela barraca, a senhora Eliana frita os salgadinhos previamente preparados em sua residência. Rotina que ela repete cinco dias da semana, trabalhando em feiras há 18 anos. Sua barraca transcende esse odor tão característico da cultura brasileira: pastel, coxinha de mandioca, risole, da cultura europeia, chipa, de influência paraguaia, enroladinho de salsicha e quibe, este último de origem árabe (Figura 4).

Figura 4 - Salgadinhos da Eliana, o sabor de feira

Foto: Sônia Romancini, 2021.

No dia 4 de março de 2021, a Senhora Eliana Knippelberg recebeu da Câmara Municipal de Cuiabá a Moção de Aplausos, por ocasião do Dia Internacional da Mulher, pela sua referência como mulher profissional e pela relevância do trabalho que presta como feirante.

A dimensão da vida construída na prática social é exemplificada pela narrativa de Dalazen (2013) sobre o cotidiano na feira do Jardim Imperial, retratado em dezembro de 2013.

> **Um mundo na Feira do Jardim Imperial**
> [...] A Feira do Jardim Imperial, como todas as outras, é pura vida, movimentos e gritaria dos feirantes para oferecer seu produto. Há 19 anos, toda sexta-feira, quando o sol começa a se pôr, lá pelas 17h30, 18h, um trecho da avenida das Palmeiras do bairro Jardim Imperial fica interditado e começa a ser iluminado pelas lâmpadas das barracas e trailers. Verduras, legumes, frutas, ervas medicinais, temperos, peças de carne, galinhas, peixes, queijos, doces, bijuterias,

> CDs, DVDs, roupas, brinquedos, flores, sapatos e almofadas emergem de caixas e dos engates para o olhar do consumidor. Mercadorias que as pessoas esperam encontrar lá são misturadas com artefatos discrepantes como filmes piratas, roupas íntimas e filhotes de cachorro. Toda essa miscelânea faz a autenticidade da feira que movimenta os bairros cuiabanos Jardim Imperial, Jardim Imperial II, Jardim Universitário e Recanto dos Pássaros. Além dos produtos expostos nas bancas dos feirantes, as pessoas que visitam a feira podem degustar uma enorme variedade de comidas de rua. A tradicional combinação de pastel de feira com garapa não falta, claro, mas também é possível comer tapioca, espetinho, yakisoba, maria-izabel, bobó de frango, galinhada, crepe suíço, tortas, doces, bolos, salgados, cachorro quente, pipoca, milho cozido, pamonha, curau, churros e mais uma infinidade de comidas rápidas [...]. A Feira do Imperial atrai moradores de outros bairros de Cuiabá, tanto do entorno da Estrada do Moinho, quanto de bairros mais distantes. Os frequentadores assíduos explicam que preferem o local pela variedade de produtos, preços baixos, culinária variada e lazer para a criançada com pula-pulas e brinquedos gigantes infláveis. Na mesa, várias especiarias contrastam os mais diferentes tons, dos temperos da Índia ao popular orégano usado nas tradicionais pizzas da cidade. [...] É assim que funciona a feira do bairro. A maioria se conhece, são frequentadores, vizinhos e amigos [...].

Na atualidade, como observado pela autora, a feira representa um espaço dinâmico, um lugar de encontro e sociabilidade, que carrega a vantagem dos preços mais acessíveis e a possibilidade de negociar com o feirante. Vale lembrar que a jornada de trabalho desses microempreendedores é pesada, pois muitos trabalham em até cinco feiras, nos diferentes bairros de Cuiabá. O emprego da mão de obra familiar é comum a diversos feirantes que trabalham entre duas ou mais pessoas para atender aos clientes.

FEIRA LIVRE DO TERRA NOVA

Mudanças nos hábitos, desde os mais simples aos mais complexos, são mais exigidas na pandemia causada pela Covid-19. Rever nossa rotina enganosamente parece ser fácil, mas mudar padrões de pensamentos e atitudes requer um esforço mental e, por isso, torna-se quase sempre um martírio. Vivemos novos cenários e, neste sentido, velhos comportamentos pedem alterações. Afinal, “nada do que foi será de novo do jeito que já foi um dia. Tudo passa, tudo sempre passará”, a lembrar (que tal cantarolar?) a composição “Como uma onda”, faixa que abre o CD “Último Romântico”, de Lulu Santos (SANTOS; MOTTA, 1987). Todas as alterações com o intuito de conter do vírus em meio a tantos problemas causados pela Covid-19 e ao número de óbitos subindo assustadoramente, as mudanças ainda devem considerar a necessidade do cumprimento de adoção de novas regras sanitárias e medidas implementadas como, por exemplo, evitar aglomerações, até mesmo em espaços abertos, como é o caso das feiras livres que, no momento da escrita deste estudo, permanecem abertas.

Do supermercado ao comércio local, uma das mudanças ocasionadas em meus hábitos, após meses de completo isolamento social. Frutas, verduras, tubérculos, pães, café torrado na hora passaram a ser adquiridos na feira livre do Terra Nova.[3] Quando frequentada bem cedinho, ao percorrer uma extensão de mais ou menos 150 metros, consegue-se transitar por sua única rua que ladeia a Praça do Terra Nova, sem que haja aglomeração de pessoas.

Por seis dias da semana, de terça-feira a domingo, dezenas de feiras livres espalham-se pelos bairros da capital mato-grossense. Seus preços em mais conta, se comparados aos dos supermerca-

3 *Feira Livre do Terra Nova* tem por base a crônica homônima publicada no jornal Circuito Mato Grosso (COSTA, 2020).

dos, são fortes atrativos para contribuir para a fidelidade dos clientes. As feiras são espátulas com pastas de inúmeras cores cedidas por legumes, verduras, tubérculos e frutas que avivam cada barraca. Sem falar no aroma das frutas, especialmente o pequi, típica do cerrado, que coloca um ponto final ao ano, vendida na feira por unidade ou pela medida de garrafa pet. Pastel frito, caldo de cana, doce, biscoito são algumas iguarias de feiras livres espalhadas pela cidade que podem ser saboreadas no local.

Na feira livre do Terra Nova, aos sábados, bem cedinho, tenho paradas certas: a barraca "Delícias da Roça" (Figura 5), de Renata e Eduardo, na imagem decorada para as festas de final de ano de 2020, é o lugar do doce pecado: mel, rapaduras, doces de compota, biscoitos, balas de coco que tanto adoçaram minha infância... Na "Delícias da Roça", é também onde se encontram pães fresquinhos. A novidade da charmosa barraca é o pão integral que Renata passou a fazer. Hummm! De dar água na boca.

Figura 5 - "Delícias da Roça", de Renata e Eduardo

Foto: Anna Maria R. F. M. Costa, 2020.

Da totalidade dos comerciantes, apenas dois fazem uso de veículos que permanecem na feira, estacionados na rua que a recebe. Nesse espaço, entre barracas, exibem produtos de beleza e farinha, castanhas e especiarias. Os demais comerciantes, como o Sr. José do “Café da Feira” faz uso de um balcão para comercializar o “Café da Feira”, em pacotes de 250 e 500 gramas. É a garantia de saborear um produto 100% natural, sem impurezas, proveniente de Minas Gerais, passando por Rondonópolis, onde é moído, e chegando em Cuiabá para ser ensacado e fazer-se presente nas feiras da cidade durante a semana. Sua barraca, pelo aroma que exala, como imã, atrai os viciados em café. Uma garrafa térmica com café acha-se sobre o balcão. Uma gentileza servida à freguesia, acompanhada com um “som ambiente” proveniente de seu carro, logo atrás da barraca. E Altemar Dutra nas vozes da dupla João Mineiro e Marciano, a resgatar “A pretendida” do esquecimento.

Outra barraca que exerce atração da clientela pelo aroma é a de Pedro, que comercializa folhas cultivadas por sua família: couve, alface, espinafre, acelga, hortelã, coentro, cebolinha, salsinha e a rainha manjericão, onde conheci a delicadeza das suas miúdas flores brancas. Seu Francisco, a anunciar seus produtos em uma lousa verde que exibe sua caligrafia em giz branco com um traço regular e elegante, comercializa ovos caipira, frutas e tubérculos, com destaque para a mandioca plantada por suas mãos. A Feira Livre do Terra Nova tem cores internacionais – vermelha, azul e branca da haitiana Denise, sempre com sua linda menininha chilena; do altivo haitiano, cujo nome até hoje não dou conta de pronunciar, único a comercializar carás avantajados.

Mudança de padrões têm resultados inesperados. Como “tudo o que se vê não é igual ao que a gente viu há um segundo, tudo muda o tempo todo no mundo” (SANTOS; MOTTA, 1987), continuo minha marcha por novas trilhas. O resultado é inesperado. A céu aberto, uma exposição de legumes, hortaliças, tubérculos,

frutas, queijos, café em pó e em grãos, doces, farinha de mandioca, castanhas de várias espécies, especiarias aromáticas (cravo, canela, pimenta, noz-moscada) e tantos outros produtos, a maior parte exposto sobre um balcão.

Raros são os feirantes que possuem barracas protegidas por toldos, principalmente no tempo da seca (de abril a setembro). Alguns utilizam veículos para a comercialização de seus produtos, como é o caso de "Os maninhos", que oferecem pastéis e coxinhas de frango fritos na hora. Sem dúvida, a barraca mais movimentada da feira, que disponibiliza mesas e cadeiras aos clientes. Nesse espaço, as vozes dos atendentes sobressaem às das demais barracas: "sai um pastel de queijo"! "Sai uma coxinha!"

Frequentar a feira livre Terra Nova permite-me afirmar que há uma clientela cativa. Isso porque, de certa forma, os frequentadores deixam o anonimato e passam a apresentar-se como pessoas de rostos familiares. Contrariamente à clientela dos supermercados, é visível a faixa etária predominante dos frequentadores estar acima dos 40 anos, sendo rara a presença de jovens e mais ainda a de crianças.

"Fazer a feira", termo expandido por muitas cidades, não só de Mato Grosso, mas também do Brasil, tem sido para mim um espaço onde se descobre e pratica novas "artes de fazer", termo cunhado pelo francês Michel de Certeau (2002). Ao apresentar uma territorialidade popular na Cuiabá da contemporaneidade, disponibiliza formas de sociabilidade e de performance de feirantes fregueses e fregueses em espaço urbano. Juntos, eles produzem uma estética particular, tecendo uma ambientação visual e sonora, incorporadas às práticas sociais do bairro Terra Nova. O casal Renata e Eduardo, Denise, Diana, Francisco, José, Pedro, Douglas, "Os maninhos" e o haitiano são responsáveis pela ampliação de meu morar nas proximidades da feira livre; de cozinhar; são ricas possibilidades de reinventar o cotidiano adotando reunião de hábitos, de coações e

de astúcias inventivas oriundas de um estado ou condição de coisas ou pessoas (DE CERTEAU, 2002). A feira livre é também lugar de aprender e praticar astúcias, “táticas de resistências” que desorganizam lógicas impostas aos objetos e códigos, à procura de uma (re)apropriação da rua e adjacências, onde todos exercem práticas próprias para se reinventar.

GAIA – FEIRA ITINERANTE DE ECONOMIA CRIATIVA

Gaia – Feira Itinerante de Economia Criativa, é fruto do encontro das amigas Adriana Milano, artista visual e empreendedora cultural, e Bruna Angelo,[4] produtora de eventos e especialista em conexões de negócios (Figura 6).

Figura 6 - Adriana Milano e Bruna Angelo (da direita para esquerda)

Foto: João Milano Reis, 2019.

4 Todas as informações prestadas por Adriana Milano e Bruna Angelo foram obtidas por um questionário enviado por *WhatsApp*. As respectivas respostas, da mesma forma, também foram enviadas por esse aplicativo, em 11 de março de 2021.

O nome Gaia, de acordo com as idealizadoras da feira,

> se apresentou de maneira intuitiva. Queríamos algo que representasse os nossos valores. Gaia significa Mãe Terra, geradora de potencialidades. Somos duas mulheres imbuídas de vontade de transformar o nosso lugar de viver através da valorização de tudo o que é nosso e da nossa terra.

O critério de escolha dos expositores adotados por Angelo e Milano, também proprietária das marcas "Semente Artesanal" e "Bendito Ateliê", dá-se com a formação de uma curadoria baseada em qualidade, diferenciais de acabamento do produto, apresentação, conceito de marca e *design*. Assim, Gaia expõe e comercializa objetos de arte, moda (vestimenta e acessórios), gastronomia (comida típica cuiabana e vegana), livros, *long plays*, dentre tantos outros.[5] Nos mesmos espaços, em todas as versões, Gaia apresenta shows musicais, performances artísticas e teatrais, lançamento de livros de escritores mato-grossenses e reflorestamento urbano

> Desde a 1ª edição da Gaia, realizamos um trabalho de reflorestamento urbano, através do apoio do Projeto Cuiabá Verde de Novo, em parceria com o paisagista Marcelo Pissurno, oferecendo aos visitantes, mudas de árvores nativas para plantio. É um compromisso da Feira Gaia contribuir para que Cuiabá volte a ser a "Cidade Verde". Na segunda edição a "Associação de Catadores de Materiais Reciclável e Reutilizável - Mato Grosso Sustentável" participou com um ponto de coleta seletiva de materiais recicláveis, quando as catadoras fizeram um trabalho de orientação e conscientização da reciclagem e reutilização de matérias e resíduos.

5 Adriana Milano e Bruna Angelo citaram alguns expositores: Design de Comunidades, Studio Wol, Onng, Semente Artesanal, Soraia Mourão Chapelaria, Sebo da Juju, Guará Bio Joias, Editora Carlini & Caniato, Bendito Ateliê, Cookie King, Cuiabaninha Paçoca, Arara do Rio, Feitiço da Lua, Vital Sucos, Odoya Artes, dentre outros.

Para a realização das duas primeiras edições da feira Gaia,[6] que, em cada evento, percorre itinerários pelos bairros da cidade, por terem ocorrido em espaços privados, não necessitou de licença da prefeitura de Cuiabá. Para a edição de 2021, as organizadoras providenciaram o alvará para a realização no Museu, caso a Feira aconteça presencialmente.

No ano de 2019, no dia 14 de setembro, das 10 às 22 horas, a primeira versão da feira aconteceu no restaurante "Água Mãe – Cozinha Familiar", espaço ao ar livre com características cuiabanas, localizado no bairro Goiabeiras, na cidade de Cuiabá. Com o intuito de abençoar o planeta, uma meditação, guiada por Henrique Gabriel, do Instituto Unindo Mundo, abriu o evento. Essa versão prestou homenagem à tradição cuiabana, através do ambiente que era um fundo de quintal de uma casa cuiabana. Um total de 25 expositores, todos inseridos na proposta de "impulsionar e fomentar a arte e a cultura e a economia criativa local". Em clima de festa, a feira, que na análise de Milano e Angelo, tem um caráter intimista, *design*, moda, arquitetura, música, gastronomia, *lifestyle* e literatura marcaram as doze horas consecutivas da feira.

Em todas as versões, inclusa a "Mostra Virtual de Arte", o número aproximado de expositores atingiu 40, todos residentes em Cuiabá (Figura 7). O fluxo dos eventos chegou a 300 pessoas, adeptas à prática do consumo consciente, diante à urgência em causar menor impacto ambiental ao planeta.

A segunda versão de Gaia lançou um foco de luz ao combate à intolerância religiosa, racial e de gênero. Ocorreu em 14 de dezembro de 2019, das 16 às 23 horas, no Espaço Garden, localizado no bairro

6 A Prefeitura de Cuiabá publicou no Diário Oficial de Contas, o Decreto nº 7.794 que dispõe sobre a organização e funcionamento das feiras de artesanato. Dentre as resoluções, todos os eventos serão coordenados e supervisionados pela Secretaria de Agricultura, Trabalho e Desenvolvimento Econômico de acordo com a seleção e diversidade dos produtos.

Cachoeira das Garças. Na visão de Milano e Angelo, “foi uma feira mais festiva e descontraída, com um público mais variado”.

Figura 7 - Cartazes das versões de Gaia

Fonte: Acervo de Adriana Milano e Bruna Angelo.

Gaia é centrada na economia criativa e em descobrir novos talentos, pequenos empreendedores, consumidores, artistas e apreciadores, todos atraídos pelo conceito de sustentabilidade e economia criativa e colaborativa.

> Pretendemos criar empregos, gerar renda, impulsionar e promover o empreendedorismo local, o desenvolvimento humano, além de fomentar a diversidade cultural do nosso estado. Agrupando no mesmo local, com data e horário pré-estabelecido, encontra-se um conjunto de empreendedores criativos locais, de diversos segmentos, atrações artísticas, com o acesso e a interação do público visitante.

A "Mostra Virtual de Arte" consistiu em uma versão diferenciada de Gaia, momento em que se apresentou no formato virtual, em virtude da pandemia causada pela Covid-19. Adriana Milano explicou: "comercializamos os produtos dos empreendedores pelas mídias sociais, comercializado virtualmente através do *Instagran*, *Facebook* e *links* para *WhatsApp*." E mais: "tivemos excelente visibilidade e foram comercializadas 16 obras de artes. Consideramos uma ação de sucesso."

Em 2021, Gaia, em sua quarta edição, conta com o incentivo de um edital federal que prevê auxílio financeiro ao setor cultural, regulamentado pelo Decreto 10.489/20, "Lei Aldir Blanc". Nesta edição, diante ao incentivo financeiro, os expositores ficaram isentos da taxa de inscrição. Prevista para 22 de maio, ocorrerá no Museu de História Natural, às margens do rio Cuiabá, que oferece um amplo espaço ao ar livre

> A intenção de realizar uma feira Itinerante é aproximar os visitantes a locais especiais de nossa cidade. A escolha é sempre voltada para ambientes ao ar livre e arborizados. Escolhemos o Museu de História Natural porque, além de nos contemplar com uma natureza exuberante, nos aproxima da riqueza cultural local, que é o que queremos oferecer ao nosso público, seja ele expositor ou visitante.

As organizadoras do evento, conforme demonstraram na entrevista, estarão atentas para que "todos os protocolos de segurança

serão cumpridos, tais como, rodízio de visitantes, uso de máscaras e álcool em gel e medição de temperatura na entrada do museu, conforme decreto municipal". Contudo, também alertaram que "a feira presencial só acontecerá se houver segurança para tal, naquele momento. Caso contrário, a feira será *on line*, através das mídias sociais", pelos aplicativos *Facebook*, *Instagram*, *Youtube* e *Whatsapp*, como aconteceu com a do ano anterior. Na versão deste ano, Gaia fará homenagem aos povos indígenas que, conforme as organizadoras, têm como intenção a valorização de suas histórias e culturas que continuam a ser marcadas por extrema violência em decorrência do contato com a sociedade não indígena.

Em relação às feiras anteriores, o número de expositores aumentou. Adriana Milano e Bruna Angelo acreditam que se deu em virtude da maior necessidade de os empreendedores apresentarem e comercializarem seus produtos. Na edição de 2021, inscreveram-se 148 expositores e 40 serão selecionados. Uma das novidades dessa versão Gaia foi a chamada "Fotógrafos de plantão", um convite aos fotógrafos e amigos mato-grossenses a colaborarem com imagens das culturas indígenas. As três versões de Gaia – Feira Itinerante de Economia Criativa são consideradas por Milano e Angelo como experiências muito bem sucedidas.

O FLUXO E O FIXO: PALAVRAS FINAIS

"Fazer a feira", conjunto de ações e gestos que reproduzem singularidades da produção do espaço pelos moradores da cidade de Cuiabá, desenha formas de estéticas do espaço a partir das práticas sociais de bairros. Praticados por seus frequentadores – feirantes, fregueses, compradores e visitantes – que trilham caminhos específicos de circulação desses territórios, compostos por arranjos sociais ímpares, palpáveis pelas suas trocas sociais de mercado e de sociabilidade.

No contexto da paisagem urbana, da territorialidade popular, da cultura na cidade contemporânea, compra e venda enlaçam relações sociais que têm o visual e o sonoro como componentes de cenário marcado pela presença de barracas, algumas delas tão precárias. “Retraçando a visitação” é um ato nominador. Nominador do caminhar pelas feiras de Cuiabá, a “cidade verde”. As feiras, em constantes construções conjuntas, nunca solitárias, fazem surgir novas realidades, novos significados às vivências de seus frequentadores. Traçar de novo. Tencionar estratégias em construções constantes narrativas que tecem continuidades e descontinuidades em universos onde o comércio de ruas é praticado.

São as “artes de fazer” (DE CERTEAU, 2002) que, com constância, reordenam as paisagens urbanas, onde facécias, performances e jogos corporais clamam por clientes e visitantes. As feiras livres dos bairros Jardim Imperial e Terra Nova e a Gaia – Feira Itinerante de Economia Criativa, para além da comercialização de produtos, realçam vínculos de sociabilidade, lugares que dão relevos de “espaços vividos”, diferentemente dos espaços dos supermercados.

O código de barras dos supermercados é subjugado pelo código das palavras pronunciadas pelos comerciantes, que lançam um foco de luz aos seus produtos; pelos clientes que rogam por preços mais baixos. Numa batalha de palavras, quase sempre vencida pelo comprador. E a feira livre faz-se presente na representação de vozes, imagens sonoras da estética da cidade.

Feira livre do Jardim Imperial, *Feira livre do Terra Nova* e *Gaia – Feira Itinerante de Economia Criativa* comportam diferentes racionalidades da produção social do espaço urbano em Cuiabá. Nossos olhares sobre as feiras que frequentamos pautaram-se no papel que elas configuram como práticas cotidianas, a movimentar milhares de pessoas. O caráter da ambivalência das feiras, tanto na multiplicidade como nas interações sociais que decorrem delas, inclui aspectos culturais, econômicos, políticos, estéticos, dentre outros.

Um fenômeno urbano de suma importância que coloca homem e alimento frente a frente.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria Geralda. **Geografia Cultural:** um modo de ver. Goiânia: Gráfica da UFG, 2018.

BACHELARD, Gaston. A poética do espaço. In: BACHELARD, Gaston. **Os Pensadores**. Tradução Joaquim José Moura Ramos et. al. São Paulo: Abril Cultural, 1978, p. 181-354.

BARBOSA, Romero Ribeiro. Saberes, sabores e sentidos: a gastronomia no contexto da geografia cultural. In: ALMEIDA, Maria Geralda; CHAVEIRO, Eguimar Felício; BRAGA, Helaine Costa. (orgs.). **Geografia e Cultura:** os lugares da vida e a vida dos lugares. Goiânia: E. V., 2008, p. 204-221.

CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do mundo.** São Paulo: Hucitec,1996.

CLAVAL, Paul. **A geografia cultural.** Tradução de Luiz F. Pimenta e Margareth C. A. Pimenta. Florianópolis: EdUFSC, 1999.

COSTA, Anna Maria Ribeiro F. Moreira da. Feira Livre do Terra Nova. In: **Circuito Mato Grosso.** Cuiabá: 9 de dezembro de 2020. Disponível em: http://circuitomt.com.br/editorias/artigos/157931-feira-livre-do-terra-nova.html. Acesso em: 13 mar. 2021.

II. CUIABÁ. **Prefeitura. Feiras livres.** Disponível em: https://www.cuiaba.mt.gov.br/secretarias/trabalho-e-desenv-economico/feiras-livres/ Acesso em: 3 mar. 2021.

CUIABÁ. Prefeitura. Instituto de Planejamento e Desenvolvimento Urbano-IPDU. Diretoria de Pesquisa e Informação- DPI. **Perfil socioeconômico de Cuiabá**, volume IV. Organização Adriana Bussiki Santos; coordenação Jandira Maria Pedrollo. Cuiabá: Central de Texto, 2010.

CUIABÁ de todos os santos e de todas as cores. **O Estado de Mato Grosso**, Cuiabá, 9 mar. 1969. Suplemento dominical.

DALAZEN, Mylena Petrucelli Willian. Um mundo na Feira do Jardim Imperial. **Diário de Cuiabá** – Cidades. Cuiabá: 28 de dezembro de 2013. Disponível em: http://diariodecuiaba.com.br/cidades/um-mundo-na-feira-do-jardim-imperial/444147 Acesso em: 10 mar. 2021.

DE CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**: 1. artes de fazer. Tradução Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 2002.

FREIRE, Silva. **Presença na ausência do tempo.** Organizador Vlademir Dias Pino. Cuiabá: Edições Universidade Federal de Mato Grosso, 1991. (Trilogia cuiabana; 1)

IBGE Cidades-Cuiabá. Disponível em: https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mt/cuiaba/panorama Acesso em: 3 mar. 2021.

LE GOFF, Jacques. **Por amor às cidades**: conversações com Jean Lebrun. Tradução Reginaldo Carmello Corrêa de Moraes. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1988 (Prismas).

MESQUITA, Zilá e BRANDÃO, Carlos Rodrigues (orgs.). **Territórios do cotidiano uma introdução a novos olhares e experiência**. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS, 1995.

NADAF, Yasmin J. Cadeira n.º 38. **Revista Comemorativa do Jubileu de Diamante (1921-1996).** Cuiabá: Academia Mato-grossense de Letras, 1996, p. 309-320.

NETTO, José Paulo. Para a crítica da vida cotidiana. In: NETTO, José Paulo; CARVALHO, Maria do Carmo Brant de. **Cotidiano, conhecimento e crítica**. 10. ed. São Paulo: Cortez, 2012, p. 65-89.

QUEIROZ FILHO, Antônio Carlos. Saboreando o espaço, inventando paisagens. **Paisagens em debate.** Revista eletrônica da área Paisagem e Ambiente, FAU. USP - n. 05, dezembro 2007. Disponível em: http://biosphera21.net.br/APOIO/PAISAGEM-CONCEITOS/2007Queiroz-Paisagens.pdf Acesso em: 12 mar. 2021

RICHARDSON, R. J.; PERES, J. A. S. (et al.). **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, Lulu; MOTTA, Nelson. Como uma onda. In: SANTOS, Lulu. **O último romântico**. Rio de Janeiro: Warner Bross Brasil LTDA, 1987. 1 CD. Faixa 1.

VASCONCELOS, Pedro de Almeida. As metamorfoses do conceito de cidade. **Mercator**, Fortaleza, v. 14, n. 4, Número Especial, p. 17-23, dez. 2015.

VOGEL, Arno; MELLO, Marco Antonio da Silva; BARROS, José Flávio Pessoa de. **A galinha d'Angola**: iniciação e identidade na cultura afro-brasileira. Rio de Janeiro: Pallas; FLACSO; Niterói: EDUFF, 1993 (Série Raízes, v. 3).

Também disponível em: https://terreirosdeportugal.pt/wp-content/uploads/2019/01/161199854-galinha-d-angola-livro.pdf. Acesso em: 16 mar. 2021.

ALIMENTOS IDENTITÁRIOS NA FEIRA LIVRE DE DOMINGO EM ALFENAS – MG

AUTORES

CAMILA TURMINA BATICINI
camila.baticini@sou.unifal-mg.edu.br

FLAMARION DUTRA ALVES
dutrasm@yahoo.com.br

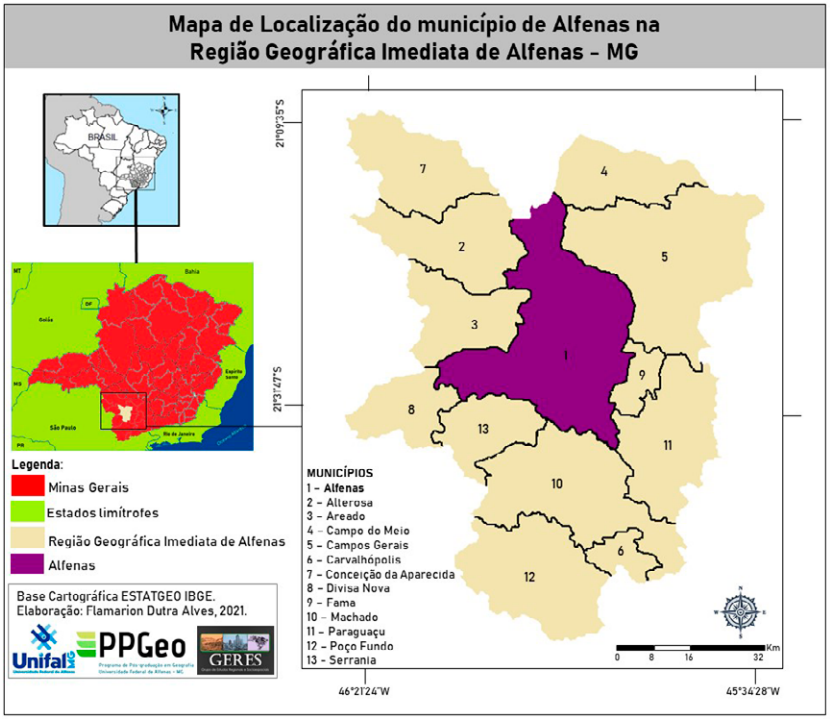
INTRODUÇÃO

Para além da influência brutal que os setores do agronegócio e da indústria exercem sobre a nossa alimentação, havendo a possibilidade de escolha, é possível realizá-la com base em circunstâncias autônomas pela busca por um alimento de qualidade, pela confiança na produtora ou produtor, até mesmo pelo preço, e/ou devido a algum aspecto que vá de encontro com a identidade, com as origens e os costumes dos consumidores. Acerca dos aspectos culturais, estão os alimentos identitários que além destas dimensões, também abarcam as dimensões espaciais, pautadas nas relações de produção e reprodução social.

Este texto é fruto do trabalho de conclusão de curso de Baticini (2019), cujo ponto de partida para esta pesquisa foi a observação e análise de pessoas, na Feira Livre de domingo em Alfenas-MG, que frequentam rotineiramente para comprar frutas e hortaliças e para comer um alimento apreciado muito desde a infância: pamonha. Ao observar as barracas, os produtos comercializados, as/os agentes e sujeitos, uma reflexão problemática acerca de todo esse mundo singular que é a feira livre foi por nós sendo construída: Quem são essas pessoas que produzem e vendem estes alimentos? Qual a origem deste saber-fazer? Estes alimentos carregam uma relação de identidade associada a quê? Há uma relação com o estado de Minas Gerais? Com o espaço rural? E como essa relação se configura tanto para quem produz, quanto para quem consome?

O município de Alfenas está localizado no Sul de Minas Gerais e conta com uma população estimada de 80.494 habitantes. Inserida em uma rede de cidades médias e pequenas, Alfenas desenvolve a função de polarizadora especialmente nas atividades de serviços, saúde e educação, sobretudo aos municípios limítrofes (Figura 01).

Figura 01 - Mapa de localização de Alfenas no estado de Minas Gerais



Elaboração: Flamarion Dutra Alves (2021)

Além destas atividades, a economia do município também é expressivamente marcada pela produção cafeeira, influente no mercado nacional e internacional, cuja atividade é caracterizada pela prática da monocultura por médias e grandes propriedades. Tal cenário resulta em uma necessidade de resistência por parte, sobretudo, das pequenas famílias agricultoras.

Assim, uma feira livre, enquanto elo entre o rural e o urbano se configura como um meio de resistência às pequenas e pequenos produtores, pois se trata de uma organização que promove a atividade comercial diretamente com as consumidoras e consumidores e permite, assim, a manutenção e permanência destas atividades e dos modos de vida.

Desde 2018, a Feira Livre de domingo passou a ser organizada através da Associação dos Feirantes da Feira Livre de Alfenas (AFFLA), juntamente com a Prefeitura Municipal, como demanda de resistência em meio ao processo de tentativa frustrada, por parte de agentes externos, de realocação da feira para uma área menos residencial. E no ano de 2019, foi considera Patrimônio Cultural Imaterial do município de Alfenas, sendo importante agente da construção identitária da população alfenense.

De acordo com a AFFLA a Feira Livre de domingo surgiu na década de 1960, é a maior feira da cidade e também a maior do Sul de Minas a critérios do número de feirantes e pela movimentação financeira. Em 2019, possuía aproximadamente 450 barracas cadastradas. Deste número, 60% referem-se às produtoras e produtores e as/os feirantes dos municípios da região. São de 900 a 2 mil pessoas trabalhando, cerca de R$50 mil movimentado por fim de semana e 20 mil pessoas atraídas nas manhãs de domingo. Está localizada na região central, ao entorno da Prefeitura Municipal, Câmara dos Vereadores e Teatro Municipal, ocupando vários quarteirões (Figura 02).

Figura 02 – Território da Feira Livre de domingo em Alfenas – MG.

Fonte: Google Maps (2021) Elaboração: Os autores.

A feira apresenta duas funções bem definidas: a partir das 22h00 do sábado o destaque é para as barracas de alimentação, que adentram a madrugada recebendo o público que volta dos bares e baladas; enquanto que pela manhã de domingo, até às 13h00, as barracas de frutas e hortaliças também entram em cena, aliando as funções no encontro de famílias e amigos.

É muito frequentada pela população local e também pela flutuante composta por estudantes universitários, sendo muitos oriundos de outros municípios mineiros, mas também do estado de São Paulo e até de outros estados do Brasil. Alfenas localiza-se relativamente próxima de Belo Horizonte (365km) e São Paulo (300km). Assim, toda essa circulação de pessoas, capital e cultura não apenas altera a produção no município, como também estas pessoas são (re)visitadas por aspectos simbólicos do modo de vida local, através da feira e dos alimentos identitários.

Outras três feiras livres acontecem na cidade: aos sábados na praça do bairro Pinheirinho; às quartas-feiras na Praça Rachid Saliba na porção central da cidade; e às quintas-feiras a Feira Agroecológica e Cultural da UNIFAL-MG (FACU), na Universidade Federal de Alfenas campus central. A escolha pela feira de domingo foi baseada nas marcantes evidências que as difere das demais, de acordo com Oliveira (2015): além de sua expressividade em números e área, fomenta uma dinâmica espacial muito relevante, pois é um lugar de encontro, promove a relação de pertencimento do consumidor com o lugar e seu território, em que aquele espaço é um importante idealizador de afirmação das raízes culturais do povo alfenense, atraindo consumidores de toda região e promovendo o turismo pela feira de domingo (Figura 03).

Figura 03 – Comércio e encontro na feira livre de domingo em Alfenas – MG

Fonte: Camila Turmina Baticini e Felipe da Silva Vieira (2018).

O objetivo geral dessa pesquisa é compreender como os alimentos e saberes tradicionais são produzidos e preservados pelas/os mulheres e homens da Feira Livre de domingo em Alfenas. A partir disso, os objetivos específicos são: analisar a importância do alimento como um elemento identitários da ruralidade e da cultura local/regional; identificar os modos de produção dos alimentos; e analisar as experiências e percepções tanto das produtoras e produtores, quanto das consumidoras e consumidores sobre os alimentos identitários.

METODOLOGIA

A compreensão da realidade é possibilitada, também, pelo conhecimento científico, porém se a realidade envolve as percepções e os processos de identidade de sujeitas e sujeitos em seus lugares, cabe à ciência o papel de abordá-las. Assim, em concordância com Holzer (1997) e Rocha (2003), a fenomenologia enquanto metodologia desta pesquisa tem por finalidade reaproximar as ciências da vida a partir das experiências relativas à percepção do mundo, compreendendo que cada indivíduo tem sua própria visão de mundo, por ideias já construídas, podendo ser modificada pela assimilação de novos conhecimentos.

Partindo de um viés da geografia humanista, conforme Tuan (1983), os sentimentos espaciais e as ideias de um grupo sobre ele são considerados a partir do relato da experiência, possibilitando uma compreensão do processo histórico, econômico ou cultural que culmina em atuais configurações de estrutura de consumo e produção dos alimentos identitários.

Segundo Venturi (2011), as entrevistas permitem um diálogo e um aprofundamento da interlocução e não se limita ao esquema pergunta-resposta; são subjetivas e objetivas ao mesmo tempo; revelam pensamentos ou fatos, até então desconhecidos ao pesquisador; e com base nas percepções e experiências também podem contrariar os argumentos, por antemão, pressupostos.

Assim, tais experiências foram relatadas nas 15 entrevistas realizadas às produtoras e produtores e nas 8 entrevistas realizadas às consumidoras e consumidores, nos dias 27 de outubro e 24 de novembro de 2019, entre 05h00 e 12h00. As entrevistas seguiram um roteiro semi-estruturado de acordo com os aspectos a serem analisados, evidentes no quadro 01.

Quadro 01 – Aspectos analisados na entrevista de acordo com as/os sujeitas/os e agentes

Roteiros de entrevista	Aspectos analisados
Produtora e produtor	Sociais; comerciais; produtivos; financeiros; identitários; e afetivos
Consumidora e consumidor	Sociais; consumo; identitários; e afetivos

Organização: Baticini (2019).

As gravações foram transcritas e tabuladas, os dados quantitativos agrupados em gráficos e os qualitativos classificados em grupos maiores por semelhança de respostas. Alguns relatos de percepções e experiências descritos foram preservados no modo da citação da fala, que serão posteriormente enfatizados nesta discussão, visto que dialogam com a problemática, hipótese e temas pesquisados.

Há aproximadamente 30 barracas com alimentos prontos para serem consumidos, desde salgados e churrasquinhos, até os ali-

mentos identitários, com origem no beneficiamento agroindustrial, que é a transformação direta da matéria prima em um produto derivado final. Há barracas que comercializam frutas e hortaliças predominantemente, mas que também apresentam alguns destes alimentos e também as que essencialmente comercializam só eles.

Todas as/os comerciantes de alimento identitário foram entrevistadas/os assim como qualquer consumidora ou consumidor que estivesse no momento por entre as barracas da feira e que se disponibilizasse a conceder a entrevista.

Os alimentos selecionados para este trabalho (quadro 02) atendem num primeiro momento aos critérios: não ser industrializado; remeter à "culinária mineira" ou rural.

Quadro 02 – Alimentos identitários selecionados e seus segmentos

Segmento	Alimentos
Doces de frutas/os	Bananada, goiabada, rapadura, marolo
Derivados do leite	Queijos e doce de leite
Derivados do milho	Pamonha, curau, pastel de fubá
Quitandas	Bolachas, biscoitos, pães e bolos
Derivados de carne	Feijão tropeiro

Organização: Baticini (2019).

Portanto, esta pesquisa foi elaborada a partir de três importantes etapas: a caracterização da Feira Livre de domingo, no município de Alfenas; a revisão bibliográfica dos principais conceitos e autores referentes aos temas; e as entrevistas aos sujeitos e às/os agentes da pesquisa, que dialogam com os principais temas destacados a partir do que é perceptivelmente vivido. Ao fim, os alimentos identitários comercializados na Feira de Domingo em Alfenas serão classificados de acordo com aspectos de regionalização tanto em escala espacial quanto em identidade cultural.

ALIMENTO, EXPERIÊNCIA E IDENTIDADE

Alimentar-se é um ato para além das necessidades fisiológicas ou das possibilidades de ordem sócio econômica. De acordo com Claval (2014), a fisiologia do paladar baseia-se nas aptidões naturais de cada organismo, enquanto que os hábitos alimentares são prazeres, muitos deles obtidos na infância, que nos conduzem à preferência de certos sabores, dada pela ativação da memória.

Então, ao retornarmos introspectivamente à infância, Tuan (2013) aponta ser possível constatar uma tendência a recordar alguns acontecimentos com tanta intensidade, que impregnam em nossas emoções e sensações até quando adultos. Isso ocorre, pois, a sensação de tempo afeta a sensação de lugar e a experiência de tempo para uma criança está associada à permanência nele, enquanto que para um adulto, ao contrário, ao tempo que corre.

Agora com relação ao tempo passado, e correspondência à infância, de acordo com Tuan (2013), um motivo em comum a todas as pessoas o olharem, está na necessidade de encontrar um sentido do eu e da identidade, visto que, o que já fomos, também hoje nos compõe, sejam as miudezas do nosso passado, nossas memórias, com pessoas e até todas as relações com o espaço.

A identidade para Haesbaert (2013) é, então, estimulada e estimula relações identitárias, dada por uma intermediação através de um poder simbólico. Contemplada em Claval (1999), esse processo de interiorização ou de rejeição de alguma identidade é concretizado a partir da experiência, que só pode ser apropriada em um cotidiano, pois só ali que o indivíduo pode "enraizar-se" e construir um sentimento de identidade.

Ainda conforme Claval (2014), na vida cotidiana não há necessidade de refletir os atos, pois o que se deve fazer é conhecido. Há, então, um ritual, do que é transmitido de geração à geração e assim a cultura surge, como uma herança, constituída pela produção dos

povos, seu saber-fazer, suas atitudes e gestos, que se repetem indefinidamente sem ser questionados.

Associando ao processo de identificação com os alimentos, segundo Menasche (2010), a relação entre comida e memória pode ser entendida sobre a dimensão da comunicação, onde a comida fala e pode contar histórias. Em concordância com Gratão & Marandola Júnior (2011), tal memória pode contar a história vivida em uma paisagem, associada às sensações carregadas de emoção, sentimento e sabor, cuja associação é material e imaginária e se revela no gosto geograficamente vivido. O ato de comer é identitário, ou seja, revela uma dimensão essencial da geograficidade, por ser símbolo de resistência e existência.

De acordo com Carneiro (1998), há um movimento de atribuição de valor à natureza e aos produtos "naturais", expressado pelo consumo de moradores urbanos a bens simbólicos. Isto não acontece no sentido de oposição à urbanidade, mas sim, como a ruralidade se expressa de diferentes maneiras, pois orienta práticas sociais distintas, integrando economia e a sociedade urbano-industrial. Visto que, para Alves (2020, p.130) "O conceito de ruralidade não é sinônimo de espaço rural, o conceito está associado às dimensões do rural em diferentes espacialidades".

A propósito, como aponta Zuin & Zuin (2007), há uma crescente procura por alimentos de qualidade, contrapondo-se à massificação e à uniformização generalizada dos alimentos impostas pelo mercado. Estes produtos artesanais, antigamente eram tachados como símbolos de atraso agora se destacam como alternativa de renda, através da preservação e valorização da identidade cultural presente na produção e venda de seus produtos, proporciona-se uma emancipação do ponto de vista econômico.

Conforme Claval (2014), as receitas antigas eram fabricadas com modos que, em geral se perderam. Não se dispunha de muito recurso ou técnica e os cozinheiros permaneceram, na sua maior

parte, analfabetos, assim, a cozinha era uma arte oral e de imitação, dada pela transmissão do saber há gerações. Para Botelho (2008), cada uma destas receitas revela um gênero de vida e uma maneira de interação de distintos grupos com o meio geográfico. A proximidade com o mar ou rios, o tipo climático, a presença de diferentes culturas, o desenvolvimento da economia ou da comunicação são alguns elementos que puderam contribuir para a identificação das culinárias típicas e/ou regionais.

Complementando com Zuin & Zuin (2007, p. 114): "Quanto mais globalizadas as pessoas ficam, mais regionais elas se tornam, por isso, pode-se dizer que o consumo do alimento tradicional passa por uma afirmação da identidade do indivíduo". Claval (2014, p. 292) dialoga com este pensamento afirmando que: "A cozinha de massa mata a cozinha popular", pois a padronização evidenciada acaba com o que é tradicional. O processo de globalização, ainda que com o ideal homogeneizador, desperta resistências tradicionais e, pela lógica de mercado, cria os nichos de consumo.

AONDE VAI PARAR A COMIDA TÍPICA?

Menezes (2013) aponta que processo de produção destes alimentos vem sendo cientificamente debatido, em especial, com uma ênfase culturalista, preocupada com a preservação do alimento, porém é necessário discutir um contraponto, que é uma territorialidade criada como estratégia de reprodução dos grupos familiares, visto que a cultura do lugar pode ser afetada por paradigmas externos fomentados pelo capital.

Rua (2005) nos atenta ao fato do constante processo de recriação do capitalismo para além da dimensão econômica. Claval (2014) pontua que ao fim da Segunda Guerra Mundial, os modos de vida foram transformados e que, em especial a alimentação, foi influenciada pela alta produtividade da agricultura e da pecuária, trazen-

do uma padronização, cujos produtos com rendimentos "fracos" foram abandonados.

Mas, a partir da década de 1980, conforme a discussão de Menezes (2013), os alimentos considerados identitários adquirem um valor de troca no mercado, quando passam a ser demandados pela população urbana, porém, apesar da inserção neste sistema, não perdem a sua essência arraigada no saber-fazer, em geral, transmitido há gerações por mulheres, nos estabelecimentos rurais.

De acordo com Gratão & Marandola Júnior (2011), os recentes processos de tombamento de alimentos como bens imateriais de patrimônio cultural no Brasil, atentam para os sabores, que estão entre os símbolos utilizados por discursos identitários para reagir diante da projeção de um imaginário ligado à cultura. Assim, não é de hoje que o turismo descobriu na alimentação um atrativo, sendo este imaginário, mais ou menos, manipulado, dependendo do contexto. Zuin & Zuin (2007) complementa que a "gastronomia" é um fato muito importante na escolha de um destino turístico, sendo, por vezes, a principal motivação.

O estado de Minas Gerais, por exemplo, possui seus limites administrativos com outros estados, que delimitam também um imaginário de cultura, sobretudo, na culinária. Entretanto, há características em comum com os estados vizinhos, para além destes limites. Seria como dizer que a culinária mineira não pertence só a Minas Gerais, ou seja, que os hábitos alimentares sejam similares numa região maior, ou em um espaço específico, como no espaço rural.

Ainda assim, há de se afirmar que o saber-fazer em cada espaço, ou estado, é distinto e que, talvez, o elemento mais expressivo desse imaginário seja baseado na preservação deste saber-fazer, o mais tradicional possível. De acordo com Dória (2018) ainda há diversos questionamentos sobre como a cozinha caipira, ou entende-se aqui como rural, se consolida, quase que exclusivamente, como cozinha mineira.

Essa agroindústria rural se constitui, geralmente, a partir de duas motivações comuns: o aproveitamento de excedentes ou como uma maneira de adicionar valor à renda, quando o comércio da produção agrícola está desfavorável, sendo a mão de obra e instrumentos geralmente originados da própria família (VIEIRA, 1998).

Enquanto que a agroindústria na cidade[1] surge como oportunidade de mercado identificada, na maior parte das vezes de maneira intuitiva. Um dos seus primeiros problemas é conseguir o abastecimento de matérias-primas. Pelo fato, porém, de haver partido de uma oportunidade de mercado identificada, estima-se que a taxa de sobrevivência dessas empresas seja maior que as rurais (VIEIRA, 1998).

Valorizar a produção artesanal é também fortalecer as estratégias criadas pelas agricultoras e agricultores, a partir dos recursos locais. É também incentivar a circulação do capital no território, em que a renda obtida fortalecerá a economia local. Logo, estimular a produção de alimentos artesanais deveria consistir em um fundamento essencial nas políticas de desenvolvimento rural (MENEZES, 2013).

Corroborando com a afirmativa de que a feira é um espaço de resistência, como um elemento importante para as produtoras e produtores, Zuin & Zuin (2007) enfatizam que quando os êxitos das famílias são percebidos pelo mercado da indústria, vários mecanismos são criados para barrar a inserção destes produtos nos mercados, como uma "modernização" do modo de produção. A vigilância sanitária, por exemplo, é uma ferramenta consistente nesse sistema, pois cobra inúmeras normas para a inserção dos produtos, interferindo diretamente no reconhecimento identitário daquele alimento.

1 Alguns trabalhadores que moram na cidade, fazem os alimentos que vendem na feira em sua própria casa, mantem uma estrutura de transformação do alimento, nos mesmos moldes de quando viviam no campo, ou seja, uma ruralidade na cidade (ALVES, 2020).

Por fim, como sintetiza Oliveira (2015), a Feira Livre de domingo em Alfenas é um espaço turístico, de encontro, lazer e comércio. É um território de pertencimento de suas e seus agentes, homens e mulheres. É um lugar de tradição e, descrita neste texto como o lugar dos alimentos com gosto de identidade, pela ruralidade manifestada no urbano.

RESULTADOS

Os resultados estão organizados sequencialmente em aspectos: A) produtivos; B) de consumo; C) gênero; D) modo de fazer; E) identidade; F) relação com o turismo; G) e da relação com a comercialização no mercado.

Quanto aos aspectos da produção, 15 barracas foram entrevistadas. Identifica-se que a matéria prima é obtida metade por compra de terceiros e metade é própria ou de familiares e de vizinhos, em especial com base no sistema de trocas. Destaca-se que a maioria (80%) produz apenas com mão de obra familiar, algumas possuem contratadas (20%), mas nunca é produzida apenas por elas. (figura 04). Pouco mais da metade (53%) realiza a produção dos alimentos no espaço urbano.

Os dados gerais das produtoras e produtores foram estes. Entretanto, será aqui apontada uma diferenciação entre grupos que permite estreitar as discussões por entre os temas propostos para pensar a realidade como dada, mas ainda como contraditória:

A) Nas barracas que comercializam, exclusivamente, apenas um tipo de alimento identitário em maior escala, a matéria-prima utilizada é, predominantemente, comprada; pessoas de fora da família são inseridas ao trabalho; a família e esses funcionários não moram necessariamente no espaço rural ou nem possuem familiaridade, tendo alguns mínima relação, pois visitam amigos ou parentes; viram na manifestação da ruralidade no espaço urbano, o negócio como uma oportunidade de renda, contribuindo com a

perpetuação da cultura do alimento, ainda que, em alguns casos, de forma distinta e reconfigurada no urbano.

B) Enquanto que nas barracas onde alimentos identitários são comercializados juntamente com demais alimentos, como frutas e hortaliças, configuram-se famílias agricultoras; a matéria-prima principal é própria ou de uma rede de vizinhos e familiares; os próprios integrantes realizam a produção; a moradia é no rural; e a renda dos produtos se transforma na possibilidade de permanência da família no campo.

Tal diferenciação é perceptível na disposição das próprias barracas (figura 04), pela diversidade de alimentos, pela quantidade de alimentos identitários, na necessidade de produção do alimento no momento da feira e até pela utilização de uniformes.

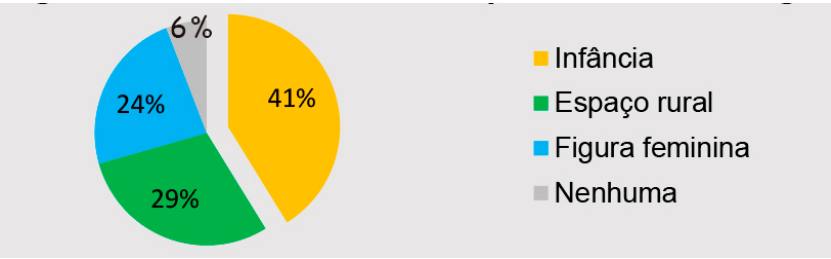
Figura 04 – Barracas com alimentos identitários

Fonte: Baticini (2019).

São detalhes que passam despercebidos, mas que em conjunto se tornam relevantes para analisar a estrutura deste sistema. A utilização do uniforme, por exemplo, explicita a relação de trabalho que aquelas funcionárias têm para produzir, em especial no sentido de atender uma norma ou parecer algo mais fabril.

Quanto aos aspectos do consumo, foram entrevistados 8 consumidoras e consumidores. Acerca da relação com o rural, 37% nasceram ou cresceram nele, 36% visitam e 27% não possuem nenhum vínculo. Destaca-se a memória que é resgata ao consumir é, sobretudo, da época da infância (figura 05)

Figura 05 - Gráfico: memória que o alimento resgata



Fonte: Baticini (2019).

Estes são os dados gerais das/os consumidoras/es, entretanto, será aqui também apontada uma diferenciação em duas categorias que permite estreitar as discussões, com caminhos possíveis de compreensão do processo intrínseco de identificação com o alimento.

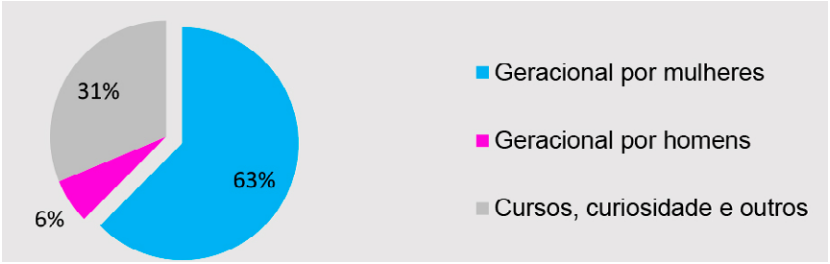
A) As consumidoras e consumidores que possuem algum vínculo com o rural, direto ou indireto, por ter crescido nele ou por visitá-lo, pautam seu consumo em suas memórias; nos momentos de infância; à figura feminina; e ao aspecto geracional destes saberes, que faz parte, ou já fez de suas vivências. B) Enquanto as/os que não possuem vínculo com o rural, ou alguns que possuem indiretamente, pautam seu consumo na importância que atribuem à ato de conhecer quem está produzindo; ao bom preço; e a qualidade do alimento.

Em alguns relatos pode-se evidenciar o resgate de memórias associados ao tempo de infância: "*Lembra minha infância!* (...) *Sempre nas férias, quando a gente visitava Lavras, ela (mãe) sempre trazia uma caixinha de isopor com variedades de queijos, então voltava pra São Paulo e sempre comia…"* (Consumidora, estudante, B. 25 anos, vive na cidade em Alfenas, a mãe viveu até os 5 anos no espaço rural em Lavras).

Quanto aos aspectos de gênero e do saber-fazer geracional, em maioria são produtoras e, quando há casos de homens envolvidos,

eles relatam que elas precisam estar à frente da produção, caso contrário eles não produzem sozinhos. A origem do saber-fazer é nitidamente transmitida pelas mulheres (figura 06).

Figura 06 - Gráfico: origem do saber-fazer



Fonte: Baticini (2019).

"*Aprendi com minha mãe, bem de criança... Já nasci na roça, mexendo com queijo, vaca e tudo, menina!* (...) Eu *mesmo que produzo, tem as vacas e eu tiro leite… É tradição mesmo, que eu tenho desde criança, né!*" (Agricultora familiar e produtora de queijo, A. 52 anos, vive no espaço rural em Alfenas).

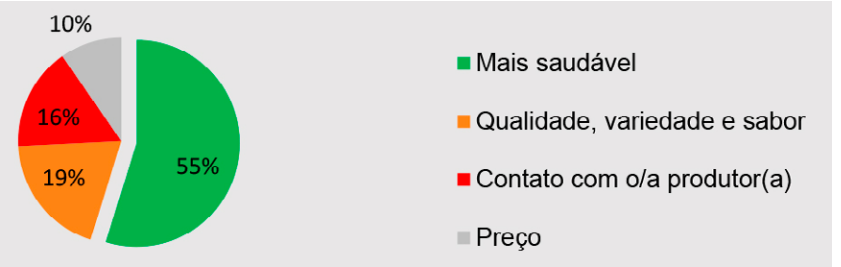
Quanto à transmissão do saber-fazer para pessoas mais jovens, os resultados apresentam um equilíbrio entre as variáveis, com um leve destaque para os que atualmente transmitem (40%), seguido por quem não transmite (33%) e por quem já transmitiu (27%); e a diferença entre o tempo que essas pessoas possuem o saber-fazer em que a maioria (60%) possui desde a infância, enquanto que o restante (40%) adquiriu depois de adulta ou adulto.

Acerca disto, uma das produtoras enfatiza, sobre a sua filha de 26 anos, que também aprendeu com ela: *"Ela falou: vou ensinar meus filhos a fazer também!"* (Confeiteira, C. 47 anos, vive na cidade em Guaranésia, viveu até os 12 anos no espaço rural).

Além da relação das pessoas com o espaço rural, que as levam a consumir tais alimentos, há características marcantes que os di-

ferenciam dos alimentos industrializados comercializados nos supermercados, conforme as respostas das produtoras e produtores e das consumidoras e consumidores (figura 07).

Figura 07 - Gráfico: principal diferença do alimento da feira em relação ao supermercado



Fonte: Baticini (2019).

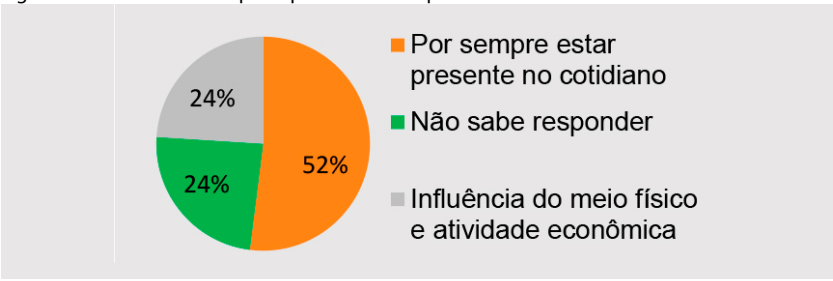
Outros aspectos da diferença entre o produto industrial e o artesanal, podem ser descritos neste relato: "*Menos açúcar, sem conservante, caseiro né, é diferente… Tem amor também ali dentro né, que eu acho que na fábrica não tem esse tipo de coisa, é a máquina que faz sozinha. Eles confiam no que eu estou fazendo, entendeu?! É questão de amizade que temos aqui na feira, tem um freguês que vem e ele leva 7 copinhos, vai levar pra Areado, pros amigos dele.*" (Agricultora familiar e doceira, A. L. 43 anos, vive no espaço rural em Paraguaçu, onde é sua origem).

Quando indagadas e indagados sobre o alimento identitário em questão fazer parte da culinária mineira, quase houve uma unanimidade por parte das consumidoras e consumidores (figura 08). Entretanto, quanto aos motivos as respostas foram mais incertas (figura 09).

Figura 08 - Gráfico: considera o alimento como pertencente à culinária mineira

Fonte: Baticini (2019).

Figura 09 - Gráfico: motivo pelo qual o alimento pertence à culinária mineira



Fonte: Baticini (2019).

A regionalidade, do alimento de origem rural, entre o próprio estado e entre outros, também pode ser evidenciada e associada com a lembrança dos tempos distantes de infância e juventude, talvez da casa em que cresceu ou das experiências com a família e amigos, que acentuam o processo de identificação ao alimento: *"Me lembrou infância, talvez, né! Mas é bem diferente, por exemplo, o doce de leite daqui de Minas com o do Rio Grande do Sul. Porque o do sul é mais escuro, acho que ele é mais doce, o daqui não, ele é mais clarinho, ele é mais suave… então esse doce de leite ele é típico daqui, porque nos outros estados ele não é feito dessa forma."* (Consumidor, professor, F. 36 anos, vive na cidade em Alfenas, cresceu no espaço peri-urbano em Santa Maria, os avós já moraram no espaço rural).

Quando perguntado se o queijo remete a alguma memória, como de um lugar ou pessoas, este entrevistado respondeu: *"Não lembra muito não, porque o queijo aqui não parece nem um pouquinho com os nosso lá da onde é minha cidade* (Senador Firmino)… *Esses queijo aqui são tudo ruim, não acha queijo bom. Os queijo de lá é bom, agora os daqui…"* (Consumidor aposentado, J. 76 anos, vive na cidade em Alfenas, viveu até os 20 anos no espaço rural no município Senador Firmino). Demonstrando a variabilidade, conforme a região, dentro do mesmo estado.

Com relação ao entendimento sobre o motivo dos alimentos pertencerem à "culinária mineira" evidencia-se a relação com o aspecto geracional e de tradição familiar: *"A gente vende tudo aquilo que é da nossa cultura, não é?! Bolacha, biscoito, pães… Isso é tudo da nossa cultura aqui de Minas. Isso vem dos meus avós, bisavós, que faziam broa, bolachinha... Minha mãe… Então, imagino que isso já é de muitos anos, eles todos já eram aqui da região, então realmente é cultura da nossa região de Minas aqui."*(Confeiteira, C. 47 anos, vive na cidade em Guaranésia, viveu até os 12 anos no espaço rural).

Ainda sobre a identidade, quanto à classificação do produto e sua origem, a regionalidade da matéria prima é evidenciada, bem como as características geográficas, de relevo e clima, que condicionam os cultivos em regiões*: "Faz* (parte da culinária mineira), *doce de leite faz, o marolo então… Porque o marolo é muito especial pra gente lá de Paraguaçu* (cidade vizinha a Alfenas*). E o doce de leite é muito bom, não tenho a menor ideia do porquê, é mineiro* (risos*), eu acho assim por causa do clima, das montanhas, que tem bastante pasto, é região leiteira. Lá a gente mexia com leite, por exemplo, porque as terras que a gente tinha era em lugar baixo, não dava pra plantar café"* (Agricultora familiar e doceira, A. L. 43 anos, vive no espaço rural em Paraguaçu, onde é sua origem).

O município de Paraguaçu possui o Festival do Marolo, que

acontece anualmente há 10 anos, dentre as atrações, há o concurso receitas culinárias, doces e salgadas, do marolo, que possibilita a complementação de muitas rendas familiares no período festivo.

É evidente a expressividade dos alimentos identitários da feira na constituição da identidade cultural local e regional, frente às/aos turistas, dado que 87% dizem presentear, muitas vezes, alguém com os alimentos da feira; e que, também, o mesmo número, sempre que pode leva turistas para conhecer a feira e os alimentos (alguns representados na figura 10).

Figura 10 – Doce de leite, feijão tropeiro e pastel de fubá

Fonte: Baticini (2019).

Sobre a pamonha: "(...) *Minha filha, ela vem, além de comer, ela leva pra são Paulo.* (...) *Já levei até pra Belo Horizonte pra minha mãe e olha que minha mãe mora na roça, mas quando minha mãe vem aqui ela compra e acha maravilhosa a pamonha"* (Consumidora, artesã, A. 54 anos, mora na cidade em Alfenas, nasceu em Cariacica no Espírito Santo e viveu até 9 anos no espaço rural, aonde ainda tem família). Tal relato de levar os alimentos para outros estados foi muito presente nas entrevistas, conforme difusão da cultura e sobreposição de costumes.

Através dos resultados da pesquisa, portanto, pode-se sintetizar uma classificação dos alimentos identitários comercializados na feira (quadro 03).

Quadro 03 - Classificação dos alimentos identitários comercializados na feira livre de domingo em Alfenas – MG

Classificação	Alimentos
Regionais (Alfenas - MG)	Pastel de fubá; queijo canastra; e doces com marolo
De origem rural	Goiabada; rapadura; bananada; pamonha e curau; doces de amendoim; quitandas (pães, biscoitos e bolos); doce de leite; e queijos (frescal, minas, mussarela e outros)

Organização: Baticini (2019).

A) Os produtos "regionais" foram classificados como aqueles que advêm de matérias primas típicas da região, em escala de proximidade, como o marolo; também de modos de produção e receitas tradicionais legitimadas, como o pastel de fubá; ou, como no caso do queijo canastra, pela indicação geográfica,para o queijo feito de leite cru, produzido em uma área que compreende os municípios da Serra da Canastra.

B) Os produtos de "origem rural" foram classificados como aqueles alimentos tradicionais, que compõem o processo de formação do território, por entre interiores dos estados que foram explorados e constituídos por maneiras semelhantes, com base nas economias vigentes e nos povos tradicionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por fim, o tema indaga reflexões sobre diversos rumos e caminhos que podem ser problematizados, transformados e percorridos através das relações identidade e da comercialização dos alimentos identitários na Feira Livre de domingo em Alfenas. O alimento tradicional traz, por si só, a opção de escolha à consumidora e ao consumidor, entre comer medidas e padrões industrializados, ou comer sabores e histórias, produzidas por resistências.

No caso das famílias agricultoras, a comercialização é uma estratégia de manutenção e, no caso das famílias urbanas, ocorre

uma manifestação da ruralidade ao passo que também competem com as famílias agricultoras.

Em contraponto com a pressão das indústrias para com os produtos artesanais, eis a feira livre, que existe, resiste e permite a manutenção de muitas famílias e que passou, em agosto de 2018, pelo processo de tombamento como patrimônio histórico imaterial: uma vitória a todos as/os agentes e sujeitas e sujeitos que participam desta experiência que é o encontro na feira, acompanhado dos alimentos!

Ademais, constata-se que a mulher é protagonista neste sistema e que, o caso das agricultoras, se veem transformadas ao organizar sua própria produção, tempo e dinheiro, que não são contabilizados no trabalho da casa e do quintal. E que o tema "alimento e identidade" reverbera em nossas existências, do rural ao urbano, do passado ao presente, e seguem enraizados pelo nosso cotidiano, nossa história e os nossos anseios, por entre geografias que estão em toda parte.

REFERÊNCIAS

ALVES, F. D. Ruralidade e as cidades pequenas no Sul de Minas Gerais. **Análises geográficas sobre o território brasileiro**: dilemas estruturais à Covid-19. Alfenas: Editora da UNIFAL-MG, 2020. p.127-139.

BATICINI, C. T. **Cultura, alimento e identidade**: a produção familiar na Feira Livre de domingo em Alfenas – MG. Trabalho de Conclusão de Curso (Geografia Bacharelado). Alfenas: Universidade Federal de Alfenas – MG, 2019.

BOTELHO, A. Geografia dos sabores: Ensaio sobre a dinâmica da cozinha brasileira. **Sabores do Brasil**, 2008. p. 61-69.

CARNEIRO, M. J. **Estudos Sociedade e Agricultura**. Ruralidade: novas identidades em construção. 1998. p. 53-75.

CLAVAL, P. A Geografia Cultural: O Estado da Arte. In: ROSENDAHL, Z; CORRÊA, R.L. (Orgs.) **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 1999. p. 59-98.

CLAVAL, P. **A Geografia Cultural** - 4. Ed. rev. - Florianópolis: Editora UFSC, 2014.

DÓRIA, C. A. **A culinária caipira da Paulistânia**: a história e as receitas de um modo antigo de comer. São Paulo: Três Estrelas, 2018.

GRATÃO, L. H. B & MARANDOLA JÚNIOR. E. **Sabor da, na e para Geografia**. Geosul, vol. XXV!,n. 51,Florianópolis, 2011. p. 59-74.

HAESBAERT, R. Identidades territoriais. In:ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R.L. (Orgs.) **Geografia Cultural**: uma antologia, vol. II. Rio de Janeiro: Editora UERJ, 2013. p. 233-244.

HOLZER, W. Uma discussão fenomenológica sobre os conceitos de paisagem e lugar, território e meio ambiente. **Revista Território**, ano II, n.3, Rio de Janeiro, 1997. p.77-85.

MENASCHE, R. Campo e cidade, comida e imaginário: percepções do rural à mesa. **Revista Ruris**, vol. III, 2010. p.195-21.

MENEZES, S. Alimentos identitários: uma reflexão para além da cultura. **Geonordeste,** ano XXIV, n.2, 2013. p.120-135.

OLIVEIRA, K. C. de. **A feira livre de domingo na cidade de Alfenas**: Pertencimento, resistência e padronização. Trabalho de Conclusão de Curso em Geografia Licenciatura. Universidade Federal de Alfenas, Alfenas, 2015.

RIBEIRO, M.; MARTINS, C. A tradição já não é o que era dantes: a valorização dos produtos tradicionais face à mudança social. **Economia e Sociologia**, n.60. 1995. p. 29-43.

ROCHA, L. B. Fenomenologia, semiótica e geografia da percepção: alternativas para analisar o espaço geográfico. **Revista da Casa da Geografia de Sobral**, v., 2002/2003. P. 67-79.

RUA, João. A ressignificação do rural e as relações cidade-campo: uma contribuição geográfica. **Revista da ANPEGE**, n.2, 2005.p.45-65.

SANTILLI, J. O reconhecimento de comidas, saberes e práticas alimentares como patrimônio cultural imaterial. **Artigos de Tema Livre**, Editora Demetra, 2015. p. 585-606.

TUAN, Y. **Espaço e Lugar**: a perspectiva da experiência. Londrina: Eduel, 2013.

VENTURI, L. A. B. (Org.). **Geografia:** práticas de campo, laboratório e sala de aula. São Paulo: Editora Sarandi, 2011.

VIEIRA, L. F. Agricultura e agroindústria familiar. Artigos de Política Agrícola,**Revista de Política Agrícola**, ano VII, n. 1, jan./fev./mar. 1998.

ZUIN, L. F. S.; ZUIN. P. B. Produção de alimentos tradicionais: contribuindo para o desenvolvimento local/regional e dos pequenos produtores rurais. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, 2007.

COMÉRCIO DE GARRAFADAS NAS FEIRAS: A MEMÓRIA E O ESPAÇO

AUTORES

LUCI MARA BERTONI
profaluci@uesb.edu.br

CARLOS AUGUSTO SOUSA DANTAS
gutosdantass@gmail.com

HERICA ANDRADE DE OLIVEIRA
hericapedagogia2017@gmail.com

INTRODUÇÃO

Esta pesquisa foi realizada com comerciantes de bebidas alcoólicas, popularmente chamadas de temperadas e/ou garrafadas, em duas feiras livres de Vitória da Conquista – BA, um município de médio porte do sudoeste baiano, com área territorial de 3.254,186 km², na qual convive uma população estimada de 341.128 pessoas (IBGE, 2020). Segundo Camargo (2017, p. 173) as "[...] garrafadas são remédios produzidos a partir de plantas buscadas no mato, raízes, cascas, sementes, folhas e frutos que são empregados no preparo das mais diversas poções". Nesse sentido, podemos observar os seus diferentes usos e preparos dentro do âmbito cultural, com a diversidade de plantas e ervas que são utilizadas. Podem haver diferentes tipos de garrafadas produzidas nas feiras, tanto com mistura em água, quanto em alguma bebida alcoólica, produzidas por comerciantes que aprenderam com seus antepassados, espontaneamente ou impulsionados pela necessidade de comercializar o produto.

O mais longevo parentesco com as garrafadas é a chamada *Triaga Brasílica*, constituída, segundo Calainho (2005) de uma complexa mistura de elementos vegetais, minerais e mesmo de origem animal. Como explicam Tubino e Alves (2014), a triaga tem sua origem no século II a.C. e carrega em sua etimologia o sentido de um antídoto empregado contra a peçonha de animais selvagens, mas usado também contra variadas doenças dentre as quais a peste. Preparado com cerca de 60 e até mais de 70 substâncias, composto, sobretudo por ervas, conformava um polifarmacêutico com finalidades milagrosas, usado até o século XX (TUBINO, ALVES, 2014). Segundo Leite (2014), feita de uma mistura de 58 ingredientes, entre raízes, cascas, extratos, sementes etc. e mesmo torciscos da serpente jararaca (em substituição aos torciscos de víboras listados na fórmula original), misturados com xarope, mel e vinho, a *Triaga Brasílica* chegava a

ser igualada em eficácia com a antiga fórmula e se constituía em um remédio que conferia renome às boticas dos jesuítas. No nordeste brasileiro, segundo Queiroz (2013), as garrafadas fazem parte do instrumental do vaqueiro junto à tesoura e o pente, com as quais podem tratar dos ferimentos do animal após a "luta" nas vaquejadas e outras enfermidades. De acordo com Passos *et al* (2018), se atribuem a algumas garrafadas, faculdades terapêuticas sobre o corpo, mas também sobre aspectos imateriais e subjetivos como o favorecimento da "sorte" e da "prosperidade" e a proteção contra o "mau agouro".

Constituindo-se como um produto tradicional, as garrafadas encontram espaço nas bancas e prateleiras das feiras e mercados de alimentos tradicionais, lugares que, conforme Teixeira, Oliveira e Mendes (2019), são favoráveis à reprodução e à resistência de saberes e práticas tradicionais diante dos produtos e comercializações modernas. A fim de compreendermos e analisarmos a perpetuação da tradição das garrafadas em Vitória da Conquista – BA, realizamos uma pesquisa de campo sobre o comércio das garrafadas em duas feiras livres do município, cujos resultados utilizamos para refletir a influência do lugar da feira e da dimensão espacial da memória social para esta tradição.

Para a coleta dos dados, entrevistamos 6 comerciantes da feira do Patagônia e 17 comerciantes na feira do CEASA, localizadas no município de Vitória da Conquista – BA. A entrevista utilizada como técnica de coleta de dados foi do tipo semiestruturada, que possibilitou a elaboração de um roteiro pensado previamente, mas que também deixou os participantes livres para responderem ou não, e com questões abertas, para a melhor compreensão das informações coletadas, possibilitando o diálogo com o entrevistado. Assim, registramos os tipos de ingredientes misturados com a cachaça e a água, e características da tradição de produzi-las.

Para tanto, efetivamos uma pesquisa de campo, aquela desenvolvida com o objeto de conseguir informações e conhecimentos

sobre um problema no sentido de encontrar uma resposta, observando e registrando "fatos e fenômenos" emergentes da coleta de dados a partir de critérios preestabelecidos e pesquisa bibliográfica prévia (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 186). Empreendemos, então, visitas às feiras selecionadas, por um período de 4 meses, sendo as duas primeiras visitas com o intuito de observarmos o local e identificarmos o comércio das garrafadas. A opção pelas feiras selecionadas assentou-se na facilidade de acesso e popularidade dessas feiras entre os pesquisadores.

A aproximação entre os estudos sobre o espaço na Geografia e na Memória Social foi realizada em outros trabalhos desenvolvidos no âmbito da Geografia a fim de ampliar a análise do espaço geográfico. Desse lado, podemos destacar trabalhos nos quais houve uma aproximação entre os campos teóricos da memória e do espaço, estabelecendo uma conexão mediante a categoria lugar pertinente a estes dois âmbitos disciplinares, e apresentando uma associação do espaço geográfico com a memória social enquanto possibilidade de análise da produção e consumo de alimentos tradicionais, que extrapola o palco material para adentrar o cenário da tradição e os "bastidores" da memória (MENDES; MENEZES, 2015; MENEZES; MENDES, 2019). Seguindo a esteira destes estudos, mas sem a pretensão de cobrir os mesmos passos, propomos acompanhar o percurso destas pesquisas a fim de evidenciarmos o estudo da memória social e coletiva como possibilidade de análise do espaço das feiras livres. Dentre as alternativas teóricas de compreensão do espaço pela lente da memória, preferimos neste trabalho a discussão da noção de quadro espacial desenvolvida por Halbwachs ([1925] 2004) em seus estudos sobre a memória social – referência primeira no assunto. Os estudos de Halbwachs revelaram sua pertinência ainda, segundo Sá (2007), no fato de oferecerem uma das principais influências unificadoras ao campo da memória social, a saber, a noção de que a memória reproduz o passado na medida do

presente. Segundo Halbwachs ([1925] 2004), ela corresponde à reconstituição, e não à reprodução dos fatos acontecidos, de acordo com as preocupações e interesses manifestados agora.

Gostaríamos de direcionar a aproximação teórica entre espaço e memória para a análise do espaço das feiras livres. Nesse sentido, nosso estudo se alinha às pesquisas de Mendes, Menezes e Oliveira (2019), Menezes (2019), Teixeira, Oliveira e Mendes (2019), Lacerda (2019), todas elas dedicadas, com suas peculiaridades, à temática das feiras e mercados, nas quais o pensamento halbwachiano é sempre acionado em maior ou menor medida para refletir a memória intrínseca às relações estabelecidas espacialmente, e das quais aproveitaremos resultados particularmente interessantes aos propósitos desta pesquisa.

ESPAÇO E MEMÓRIA SOCIAL: UMA POSSIBILIDADE DE ESTUDO DO LUGAR DAS FEIRAS

Em estudo sobre o espaço, Harvey (2015, p. 130) aponta a ausência de consenso quanto ao significado desse termo entre as diferentes ciências e mesmo no interior da Geografia, propondo uma divisão tripartite na compreensão do espaço: o espaço absoluto (meramente material), espaço tempo-relativo (possui uma identidade fixa, ele é interativo e contínuo) e o espaço tempo-relacional, destacando esta última visão pela qual "não há tais coisas como espaço ou tempo fora dos processos que os definem", e que recobra, portanto uma compreensão das influências internalizadas e experiências acumuladas por cada "ponto no espaço" em sua relação com "tudo o que acontece ao redor dele", que aconteceu ou mesmo, virá a acontecer.

Harvey (2015) considera essa abordagem relacional do espaço a mais apropriada ao tratamento de temáticas como a das memórias coletivas e políticas frente à limitação do espaço absoluto em compreendê-las, mas considera a pertinência de outras abordagens

para além da divisão tripartite apresentada por ele ou da apresentada no pensamento lefebvriano ou na tradição marxista, afinal segundo este autor, certo é que não conseguimos pensar sem sobrepor essas formas espacializadas ou utilizando somente uma delas.

Segundo Massey (2004), o espaço pode ser conceitualizado mediante três proposições, a saber, a compreensão de que ele resulta de inter-relações, o reconhecimento implícito da multiplicidade nele coexistente e sua demanda por efetivação que o coloca em constante processo de construção e devir. O que implica em dizer que se o espaço decorre de relações, tais relações não fluem por um sistema fechado e coerente, de modo que a simultaneidade do espaço pode nunca estar completa, bem como suas interconexões não se apresentarem todas elas já estabelecidas. Massey (2004) propõe, portanto, compreender que no processo de co-constituição da identidade e das inter-relações participa o espaço, abrindo, pela via do reconhecimento da multiplicidade, a possibilidade para o reconhecimento das diferenças e subjetividades políticas. Tal autora nos facilita compreender que o espaço nos conta uma multiplicidade de histórias coexistentes. Gostaríamos de observá-las enquanto uma multiplicidade de memórias.

Como dissemos, a memória social aqui discutida recobra a noção desenvolvida por Halwbachs ([1925] 2004) de quadros sociais da memória. Conforme este autor, os quadros sociais correspondem tanto às representações específicas que podemos ligar aos acontecimentos concretos, imagens, pessoas e lugares localizáveis no tempo e no espaço, como também a uma classe geral de ideias, juízos e reflexões que a sociedade compartilha, uma vez que ideias e imagens correspondem a “dois pontos de vista dos quais a sociedade pode considerar ao mesmo tempo os mesmos objetos” (HALBWACHS, [1925] 2004, p.326-327). No primeiro sentido nos aproximaríamos da memória coletiva, por remontarmos às recordações de acontecimentos desempenhados em um momento

e lugar específicos pelas pessoas que participaram do grupo no qual tais eventos se desenrolaram, enquanto no segundo sentido, nos acercamos da memória social devido ao caráter geral e estável imprimido a ela pelos quadros referenciais, muito embora, e é isto que Halbwachs ([1925] 2004) postula, os quadros sociais (memória social) compreendem a memória coletiva e vice-versa.

Considerando o exposto, a noção de espaço aparece na obra de Halbwachs ([1925] 2004) enquanto um quadro referencial geral da memória e enquanto referencial específico para a constituição das memórias coletivas dos grupos. Em uma análise sobre as feiras livres isso implica em demonstrar, respectivamente, características comuns da memória dos grupos que atuam nestes espaços com a memória da sociedade em geral, e a memória vivida e compartilhada interpessoalmente pelos grupos que atuam nesses espaços, demonstrando os marcos nos quais se ancoram, a posição no grupo como manifestante do ponto de vista grupal, as mudanças nesse ponto de vista a depender da posição ocupada no grupo e das relações estabelecidas com outros grupos.

Enquanto quadro referencial da memória, Halbwachs ([1925] 2004) salienta a importância de não reduzir o espaço a uma figura geométrica, apontando os estudos sociológicos segundo os quais tribos primevas já representavam o espaço de forma não homogênea ao atribuir a ele características místicas, como o domínio de determinado espírito, pelas quais poderiam separar suas regiões e se orientar sobre ele. O tempo e o espaço são, segundo Halbwachs ([1925] 2004), referenciais que se entrecruzam no processo de recordação, pois é necessário retornar "mentalmente" no tempo para recordar certas memórias e nesse processo localizá-las em determinado lugar, é o que lhes confere a veracidade e a concretude da recordação em relação à fugacidade da lembrança.

Segundo Halbwachs ([1950] 1990), tal compreensão do espaço considera, portanto, não apenas sua dimensão física e sensível

como também uma dimensão que poderíamos chamar de simbólica e afetiva, uma vez que, para este autor, a nossa própria percepção do espaço material, da qualidade sensível das coisas, é fruto das interações sociais. Deste modo, as relações que estabelecemos com o espaço e com as coisas nele dispostas refletem a dinâmica social, na qual deixamos, assim como os outros deixam, a nossa marca sobre o entorno material, transformando o espaço à imagem de nosso grupo (HALBWACHS, [1950] 1990).

Nesse sentido, o espaço informa não somente sobre aquilo que nos distingue como também sobre o que nos aproxima culturalmente (HALBWACHS, [1950] 1990). Por esse prisma, ao adentrarmos uma loja de antiguidades notaríamos que seus artefatos, para além de revelar suas características sensíveis, nos contam a moda, os costumes e a história de diversos grupos, em diferentes sociedades e épocas (HALBWACHS, [1950] 1990). Ou como gostaríamos de refletir, ao adentrarmos o espaço da feira deixaríamos entrar, pelo nariz, a boca, os ouvidos, os olhos, o toque e o pensamento, o aroma, o sabor e o som de saberes e práticas tradicionais expressivos da memória e da cultura de determinado grupo social.

Halbwachs ([1950] 1990) argumenta que as imagens espaciais nos acompanham ainda quando nos deslocamos do contexto material na qual foram elaboradas, porque elas não se separam de quem somos, dado que mediante a recordação podemos assegurar a estabilidade dessas imagens, e consequentemente, dos laços que nos ligam aos grupos junto aos quais as elaboramos. Esta é a condição para o entendimento de que toda memória coletiva se desenvolve em um quadro espacial, afinal não basta supor que o agrupamento de indivíduos em um mesmo lugar seja condição suficiente para que recordem a imagem de tal lugar e, a partir dela, as sociedades as quais estão ligados, senão o fato de compartilharem de um pensamento e um ponto de vista grupal (HALBWACHS, [1925] 2004).

Por esse ângulo, a partir da pesquisa feita por Lacerda (2019), sobre a memória social de feirantes e fregueses, em Vitória da Conquista, e do lugar feira como expressivo de saberes e práticas presentes nessa memória é possível notar um sentido de pertencimento entre os feirantes baseado na ideia de que o trabalho na feira é gratificador, quando a autora observa a maioria deles afirmarem gostar de trabalhar naquele lugar, enquanto um número reduzido de feirantes afirmaram que trabalham porque é uma necessidade de sobrevivência. Nos mercados de comércio de alimentos tradicionais conquistenses, Teixeira, Oliveira e Mendes (2019, p. 111) registram o compartilhamento nesses lugares de visões estéticas comuns refletidas na disposição das bancas, das sacarias, dos alimentos e demais produtos cujo simbolismo ressignifica o lugar e traduz "modos de vida, gostos e gestos que compõem a tessitura das relações sociais" ali estabelecidas.

Analisando a comercialização de animais nas feiras de municípios do estado de Sergipe, Menezes (2019, p. 98) considera o quanto os laços de confiança e proximidade entre os atores que circulam naquele espaço, entre comerciantes e consumidores, bem como a proximidade de suas moradias, "contribui para a permanência e resistência desses pontos comerciais". Por sua vez, pesquisando os mercados que comercializam alimentos tradicionais, em Vitória da Conquista, Teixeira, Oliveira e Mendes (2019, p. 77) "percebem relações de solidariedade e trocas simbólicas entre comerciantes e fregueses marcantes na territorialidade desses espaços que extrapolam o âmbito material da mercadoria". Em pesquisa sobre a feira livre de Lagarto/Sergipe, Santos (2019) aponta o território da feira como lugar de socialização e não somente de trabalho, no qual, para além de comprar e vender, os grupos frequentam a fim realizar encontros e "saber das novidades", efetuando, inclusive nas práticas comerciais, trocas cotidianas que transmitem saberes compartilhados geracionalmente. Segundo a autora, o território

da feira é constituído pela identidade de seus frequentadores, fato evidente nas feiras em que as barracas são montadas ou ajustadas pelos comerciantes, preenchendo o espaço e convertendo-o em centro de comercialização, repleto de significados, cores, cheiros, sons e movimentos (SANTOS, 2019).

No mesmo sentido, Lacerda (2019) atribui à tradição de montar barracas nas feiras o condão de dinamizá-las e fazê-las resistir no espaço. Analisando a feira do Bairro Brasil de Vitória da Conquista, interligada ao mercado municipal e montada semanalmente, de forma parecida durante mais de 40 anos, a autora metaforiza as barracas como "um imenso tecido que abriga os alimentos, as pessoas e as relações que ali se processam" (LACERDA, 2019, p. 50). Podemos concluir destas reflexões que a interação entre os atores nas feiras, os laços de sociabilidade daí decorrentes e as noções compartilhadas em suas memórias são influenciadas pelo espaço, assim como exercem influência sobre ele.

Se o espaço traduz a memória social e coletiva dos grupos nele relacionados, nos parece que o "lugar" tem sido pensado como a dimensão do espaço na qual a memória encena seu protagonismo e no qual conseguimos captar seu movimento. Segundo Mendes e Menezes (2019), o lugar é a categoria geográfica na qual a memória é mais imediatamente acessada, pela via dos discursos e práticas que constroem e significam lugares. Vivenciando os lugares do espaço exercitamos a memória sobre ele, assim como a velocidade ou a força da correnteza de um rio é mais bem atestada adentrando em suas águas do que as observando de fora, quando podem aparentar calmaria. Por sua vez, Maia e Coelho (1997, p. 7) compreendem o lugar enquanto a "porção espacial em que o indivíduo possui maior intimidade". Conforme Mendes, Menezes e Oliveira (2019, p. 18), o lugar "se traduz na dimensão do espaço vivido e experienciado cotidianamente", para a Geografia, o "lócus imediato da experiência espacial dos sujeitos". De acordo essas autoras (MEN-

DES, MENEZES, OLIVEIRA, 2019), na ótica da Geografia, o estudo do lugar impele à reflexão sobre as especificidades e significações dos elementos que o compõem, e apresenta-se como uma lente analítica hábil à compreensão dos alimentos tradicionais e seu potencial revelador da identidade cultural e da memória de um lugar.

"O POVO FALA QUE É BOM": A TRADIÇÃO DAS GARRAFADAS NAS FEIRAS

As feiras, no Brasil, têm uma longa história. Como expõe Menezes (2019), elas foram introduzidas no país pelos colonizadores portugueses e funcionaram em território nacional, sobretudo no meio rural, enquanto possibilidade de comercializar o excedente produtivo. Segundo esta autora, no Nordeste, as feiras semanais constituem um importante acontecimento cultural, quando para parcela dos municípios é a melhor oportunidade de adquirir produtos escassos na oferta local, firmar negócios, mas também reforçar laços fraternos (MENEZES, 2019).

A cidade de Vitória da Conquista tem as feiras livres como um lugar importante no quesito comercialização de diversos produtos tradicionais e um deles são as garrafadas. Segundo Lacerda e Mendes (2019, p.66), a cidade já foi "ponto de encontro dos bandeirantes portugueses" e "rota de passagem entre vilas e cidades maiores na região Sudoeste", favorecendo o surgimento de uma feira em 1940, localizada na Rua Grande, que centralizava a função comercial, acolhendo a produção agrícola e a pequena produção rural. Hoje conhecida como Tancredo Neves, a Rua Grande, apontam Lacerda e Mendes (2019), não preservou a função comercial de feira durante o transcurso de 40 anos, concentrando hoje a função de comercialização de especialidades. Consequentemente, explicam as autoras, a feira se deslocou para outros espaços da cidade, desencadeando entre os anos de 1983 e 1986, a construção dos pavilhões (cinco) do Centro de Abastecimento – CEASA, cujos pro-

dutos guarneciam as feiras menores de bairros não centralizados.

Quanto à localização das feiras acessadas em nossa pesquisa, a Feira do Patagônia é situada na Avenida Frei Benjamin, no Bairro Patagônia, por sua vez a Feira do CEASA está localizada no Centro da cidade, na Rua Catão Ferraz. Nesses locais há pavilhões direcionados à comercialização específica de determinado grupo de produtos: biscoitos, frutas, verduras, carnes etc. Sem ocupar um local nos pavilhões das feiras, encontramos as barracas que vendiam as garrafadas dispersas entre os corredores, próximas aos pontos de comida e bares. Uma das primeiras impressões de nossa visita a esses lugares correspondem àquilo que Teixeira, Oliveira e Mendes (2019) chamaram de uma visão estética comum tradutora de práticas e gostos, notável em nossa pesquisa de campo na apresentação das garrafadas, na padronização da embalagem e na sua exposição (Figura 01).

Figura 1: Garrafadas comercializadas no CEASA, 2020.

Fonte: Arquivo dos pesquisadores, 2020.

Tomando particularmente a feira do CEASA, cabe considerarmos o quanto a presença das barracas que vendem garrafadas nos corredores indica também a multiplicidade de formas e lugares de comercialização no espaço da feira. Por essa guia, Lacerda e Men-

des (2019) explicam que os corredores entre os pavilhões do CEASA foram projetados originalmente para a passagem das pessoas e o escoamento pluvial. Entretanto, são ocupados por ambulantes que ao se fixarem nos locais demandaram a alteração pelo poder público da estrutura do lugar a fim de incorporar seu comércio na feira. Este evento ilustra a mútua e contínua constituição e significação do espaço e dos grupos nele implicados, e como o espaço material da feira, a exemplo de seus corredores, contam a memória social latente naquele lugar, passível de ser acesa simbolicamente no esforço de recordação, a cada interação com o espaço, com seus atores, seus objetos, símbolos e saberes ali manifestados (Figura 02).

Figura 2: Garrafadas comercializadas na Feira do Bairro Patagônia, 2020.

Fonte: Arquivo dos pesquisadores, 2020.

Observado em sua dimensão afetiva, o espaço das feiras parece figurar como um palco privilegiado de referência de uma memória social sobre práticas e usos de recursos naturais. Grande parte dos produtos comercializados nas feiras, como frutas, verduras, plantas, ervas etc. com finalidades que variam entre alimentação e cura, recobram esse espaço como local eminente da ideia fomentada entre o século XVI e XVIII (ALGRANTI, 2013) de aproximação de uma alimentação cotidiana com uma medicina popular. Se nossas conside-

rações procedem, a feira desponta como um espaço no qual a ligação entre alimentação e botica é precisa. Razão esta que explica, pelo menos em parte, a aglutinação dos estabelecimentos especializados em garrafadas no espaço das feiras, apontando este lugar como um mantenedor da tradição de preparo e comércio de tais bebidas.

O trabalho de Algranti (2013) sobre a relação da culinária com a botica entre os séculos XVI e XVIII no império português nos permite refletir sobre os usos dos vegetais pela botica doméstica e suas influências no pensamento luso-brasileiro. Conforme a autora supracitada, uma base popular era sempre acessada para caracterizar uma alimentação considerada saudável e uma maneira salutar de se alimentar frente às doenças, qual seja, os vegetais, sementes e ervas presentes no cotidiano doméstico, nos campos ou nos fundos dos quintais, requisitadas pelo cardápio das cozinhas e pela formulação de remédios nas boticas. Assim, a cebola ou o alho ultrapassam a função de temperar e aromatizar para tratar dores e gases posteriores ao parto, o coentro para dirimir incômodos estomacais, a couve, o açúcar, o sal, as frutas, os corantes, o vinagre etc. eram recomendados pelos médicos na forma de emplastros, beberagens e elixires para fins medicinais (ALGRANTI, 2013). O álcool também era revestido de um potencial médico, tendo no exemplo da aguardente extraída da cana um meio para esquentar o estômago e até mesmo para cuidar da surdez (ALGRANTI, 2013). Por essa guia, compreendemos a adesão popular e também de médicos ou jesuítas à valorização dos recursos naturais (quando por eles prescritos) com potencial curativo, uma vez que corria na mentalidade da época a ideia pela qual se manter saudável era um objetivo a ser alcançado entre a cozinha e a botica. Objetivo não completamente perdido quando compreendemos a memória social como uma continuidade reconstitutiva do passado e das noções atreladas a esse passado.

Podemos considerar a permanência da imagem da feira como lugar de saúde e qualidade alimentícia se partilharmos da obser-

vação de Teixeira, Oliveira e Mendes (2019) sobre o saber fazer presente nos mercados onde se ofertam alimentos e outros produtos tradicionais – "por vezes marcado por técnicas rudimentares e manuais" – "se configurar como um atrativo, um convite para que o consumidor urbano possa levar a mesa um alimento de qualidade", pois segundo as autoras, levar "da roça para a mesa" pode significar "fugir da inconsistente e perigosa modernidade".

Durante a realização das entrevistas, evidenciamos que a bebida com ervas é bastante procurada pelos consumidores. E ao perguntarmos aos 23 entrevistados, qual tipo de bebida era mais procurada para consumo, a cachaça temperada ou cachaça pura, chegamos ao seguinte resultado: 12 entrevistados disseram que é mais procurada a cachaça temperada, 5 disseram a cachaça pura, 4 disseram cachaça pura e temperada e 2 não souberam responder. A bebida alcoólica com ervas (uma forma de garrafada), chamada pelos comerciantes de temperada é, portanto, a mais procurada para consumo. Questionados sobre o perfil etário das pessoas que procuram a bebida (os mais velhos ou os mais jovens), dos 23 entrevistados que responderam, 9 disseram ser os mais velhos, 9 disseram ser os mais jovens, 4 disseram que ambos procuram e 1 não soube responder. Indagados se eles próprios consumiam a bebida com ervas, 5 disseram que sim, 16 disseram que não e 2 disseram que consomem outros tipos de bebidas alcoólicas.

Pudemos observar que por existir a tradição de preparar garrafadas, alguns comerciantes deram continuidade às práticas e noções aprendidas com avós, tios etc. Nesse aspecto, o quadro social da família desempenha um papel particularmente importante uma vez que o conhecimento sobre o preparo das garrafadas é transmitido e recordado em referência às experiências vividas nos grupos domésticos. Nesse sentido, Lima, Nascimento e Silva (2016) registram entre os raizeiros das feiras livres de Arapiraca-AL, que o conhecimento sobre a manipulação de plantas medi-

cinais decorre preponderantemente da convivência com os pais, que as preparava para uso próprio ou alheio. O espaço da feira participa desse processo, pois como afirma Santos (2019, p. 78), seu território mantém a tradição local mediante "a transmissão do saber fazer que é repassado aos familiares". Lacerda (2019) apresenta ainda, em relação às feiras livres de Vitória da Conquista que as relações de parentesco são intensificadas naqueles lugares, em parte devido à regulamentação da sucessão no ponto de venda atrela-lo aos herdeiros parentes, em outra devido às relações de amizade travadas no trabalho em família.

Quando questionados sobre como e quando aprenderam e começaram a fazer essa mistura, a preparar as garrafadas, alguns disseram ter aprendido com os pais, quando crianças. Enfatizaram, inclusive, o fato dos pais terem sido fabricantes de cachaça e por isso prepararem a mistura de ervas na cachaça para vender. Outros (comerciantes dos bares e restaurantes) declararam ser ideia deles mesmos, pois a bebida com ervas é apenas um complemento no seu estabelecimento, dizendo ser de fácil preparo: compram a bebida, a cachaça pura, põe dentro as ervas, as cascas, as raízes ou os frutos e deixam "curtir" por, pelo menos, oito dias e estará com sabor, pronta para o consumo.

Nesse passo, verificamos que a produção e comercialização das garrafadas não se devem apenas à manutenção de uma tradição familiar, como também à possibilidade de assegurar com elas uma fonte de renda. Talvez a comercialização das garrafadas se inscreva na tradição conjugada ao seu preparo, afinal, quando ainda eram chamadas triagas preparadas pelos doutos e jesuítas ou sob outras fórmulas preparadas informalmente, também constituíram uma possibilidade de auferir ganhos. Possivelmente, a introdução de cachaças temperadas ou garrafadas com cachaça nas prateleiras dos bares corresponde à oportunidade de diversificação de sabores ou efeitos dessa bebida, que interessa ao comércio de qualquer produto veiculado nos mercados. Ademais, interpretamos essa di-

latação dos lugares de circulação do produto em consonância com o processo de construção dinâmica do espaço no qual os lugares, seus signos e relações não estão fechados.

A bebida alcoólica é procurada nas feiras, na maioria das vezes, para consumo próprio, por diversão, para "beber por beber". Nesse sentido, é notório entre os entrevistados que muitos consumidores não seguem uma tradição de procurar, na garrafada, um tratamento específico para alguma enfermidade. Segundo um dos entrevistados, os consumidores procuram pelas garrafadas "cada um com um lema diferente". Desse modo, a cura e o prazer se interligam, uma vez que a mesma bebida que serve para a cura de alguns males, também, pode ser usada para fins recreativos.

Quando questionado se as ervas usadas para o preparo das garrafadas serviam para tratar alguma doença, um dos entrevistados exclamou: "Isso aí é impossível né... É desculpa do consumidor". Outro vendedor enfatizou: "Já vou dizer que não vai servir... não vou indicar bebida como remédio". Contudo, a questão não é pacífica, gerando controvérsia entre os comerciantes que, de outro lado, afirmaram a capacidade da bebida para aliviar dores e má digestão. Nas palavras de um deles, enquanto remédio: "o povo fala que é bom". Portanto, se de um lado há quem sugira que garrafada é desculpa para beber, há quem afirme também que "a cachaça é melhor que a farmácia".

Dos ingredientes relatados para o preparo das garrafadas nas feiras, podemos registrar diferentes tipos de ervas, plantas, frutos, cascas e raízes, um total de 34 tipos de misturas na feira do CEASA, arroladas na tabela 1.

Tabela 1: Plantas, ervas, frutas e outros ingredientes utilizados no preparo das garrafadas, pelos comerciantes da feira do CEASA

NOME POPULAR (NOME CIENTÍFICO)	
1.Abacaxi *(Ananas comosus L.)*	18. Jatobá (Hymenaea courbaril L.)
2. Angélica *(Himatanthus obovatus)*	19. Jenipapo *(Genipa americana L.)*
3. Angico *(Anadenanthera colubrina)*	20. Junça *(Cyperus esculentus Linné)*
4. Banana *(Musa acuminata Colla)*	21. Jurema Preta *(Mimosa tenuiflora)*
5. Catuaba *(Erythroxylum vacciniifolium Mart.)*	22. Losna *(Artemisia absinthium L.)*
6. Coco *(Cocos nucifera L.)*	23. Maracujá *(Passiflora alata Curtis)*
7. Coquinho *(Butia Capitata)*	24. Marcela galega *(Gnaphalium purpureum L.)*
8. Carqueja *(Baccharis trimera)*	25. Mel
9. Catinga de Porco *(Caesalpinia pyramidalis)*	26. Milona *(Cissampelos sympodialis Eichl)*
10. Erva-doce (*Pimpinella anisum* L)	27. Palminha (*Watsonia borbonica)*
11. Feijoada (cebola, alho, umburana)	28. Pau-de-sapo *(Eryngium carlinnae)*
12. Folha de figo *(Ficus carica L.)*	29. Pau ferro (Apuleia ferrea Mart. ex Baillon)
13. Folha santa *(Vetiveria zizanioides (L.)*	30. Paratudo *(Tabebuia aurea (Manso) B. et H)* (acrescentado de uma mistura de 5 ervas)
14. Gabriela (3 a 4 tipos de temperos que o participante não quis revelar o nome)	31. Quebra pedra *(Phyllanthus niruri L.)*
15. Gengibre *(Zingiber officinale Roscoe)*	32. Quina de vara *(Cinchona calisaya Wedd.)*
16. Hortelã (*Mentha x piperita L.)*	33. Tamarindo *(Tamarindus indica L.)*
17. Jabuticaba (*Myrciaria tenella O. Berg)*- também chamada de Cambuí	34. Umburana *(Amburama cearensis)*

Fonte: elaboração própria.

Por sua vez, na feira do Patagônia a variedade de elementos na mistura é também marcante, somando um total de 18 ingredientes registrados na tabela 2.

Tabela 2: Plantas, ervas, frutas e outros ingredientes utilizados no preparo das garrafadas pelos comerciantes da feira Patagônia.

NOME POPULAR (NOME CIENTÍFICO)	
1. Abacaxi *(Ananas comosus L.)*	10. Feijoada (tomate, cebola e açafrão)
2. Cambuí (*Myrciaria tenella*)	11. Fedegoso *(Senna occidentalis (L.)*
3. Carqueja *(Baccharis trimera)*	12. Figo *(Ficus carica L.)*
4. Casaca de laranja *(Citrus sinensis L.)*	13. Hortelãzinho *(Mentha suaveolens L.)*
5. Catinga de porco *(Caesalpinia pyramidalis)*	14. Junça *(Cyperus esculentus Linné)*
6. Catuaba *(Erythroxylum vacciniifolium Mart.)*	15. Pau-de-sapo *(Eryngium carlinnae)*
7. Coco *(Cocos nucifera L.)*	16. Paratudo *(Tabebuia aurea (Manso) B. et H)*
8. Coquinho *(Butia Capitata)*	17. Quina *(Cinchona calisaya Wedd.)*
9. Erva-doce (*Pimpinella anisum* L.)	18. Umburana *(Amburana cearensis)*

Fonte: elaboração própria

GARRAFADAS COM ÁGUA (ENCONTRADAS NO CEASA)

Na feira do Ceasa, encontramos uma única barraca onde as garrafadas eram feitas com água. Com cachaça só as que os clientes encomendavam. Embora a água seja utilizada para o preparo das garrafadas, outros solventes como vinagre de maçã, mel, vinho, cachaça ou leite condensado são mais recomendados para garantir "estabilidade" à bebida que ficaria mais protegida de uma possível proliferação microbriana (PASSOS *et al*, 2018). Dentre estes, o álcool é o mais potente solvente por potencializar a extração dos compostos medicinais dos ingredientes engarrafados, sobretudo, dos compostos apolares dificilmente extraídos com soluções aquosas (PASSOS *et al*, 2018). A propósito, as garrafadas nesta barraca do Ceasa, são sempre encomendadas pelos clientes, tanto misturadas com água, quanto com cachaça, pois a produção não é em grande quantidade. Esse movimento de encomenda da garrafada, no qual o cliente sabe "mais ou menos" o que quer, ou ainda, tem em mente uma receita exata, conhecida de antemão pelas experimentações e relações estabelecidas anteriormente com estes saberes e práticas, revelam mais uma vez a força da memória social para a continuidade dessa tradição.

O feirante que produz as garrafadas com água é do município de Rio de Contas – BA (a 218 km de Vitória da Conquista). Como nesse local tem uma variedade muito grande de ervas e plantas, sendo uma região da Caatinga, essa foi uma forma desse comerciante arranjar uma fonte de renda, já que a família sempre produziu esse tipo de bebida. Ele consome a bebida todos os dias, e relatou tomar uma dose, pois tem ervas que curam várias doenças, e também indica para as pessoas, dizendo não ser uma bebida ruim e que serve para quem quer perder peso, para doenças como diabetes etc. Muitas das garrafadas servem para abortar e por esse motivo, diz sempre perguntar se a pessoa que procura não é gestante, no caso de mulheres.

No ato da entrevista, apresentou algumas sementes e cascas que são trazidas da sua região, e que não são encontradas na cidade onde comercializa as garrafadas (Vitória da Conquista – BA), sendo estas a "Sucupira (*Pterodon emarginatus***)** e a Mucunã (*Mucuna pruriens*)". Mostrou como extrai o óleo da semente de "sucupira", colocando fogo com o isqueiro na semente de sucupira e extraindo um óleo o qual diz ser medicinal, e que é bom para a coluna. Segundo o entrevistado, médicos procuram as "garrafadas" para tratamento em coluna. Alguns dos ingredientes mencionados pelo feirante, que não foram citados pelos demais estão descritos na tabela 3.

Tabela 3: Ingredientes encontrados na barraca que comercializa garrafadas preparadas com água (Ceasa)

NOME POPULAR (NOME CIENTÍFICO)
Babosa *(Aloe vera (L.) Burm. f.)*
Barbatimão *(Stryphnodendron barbatimam)*
Canela-de-velho (*Miconia Albicans)*
Cravinho do mato (*Tillandsia stricta)*
Erva-cidreira *(Lippia alba (Mill.)*
Hibisco *(Hibiscus sabdariffa)*
Jatobá (Hymenaea courbaril L.)
Pau d'arco *(Tabebuia sp1)*
Sucupira *(Bowdichia sp.)*
Chifre de gado (literalmente o chifre do bovino).

Fonte: elaboração própria

São muitos elementos que esse feirante utiliza para preparar as garrafadas com água, e por isso diz não se lembrar de todos, informando que são utilizados pedacinhos de cada erva. O barbatimão *(Stryphnodendron barbatimam)* é o que mais vende na sua barraca e por isso relata que remédio igual a esse é muito difícil encontrar por conta da eficiência em tratamento de inflamação. Utiliza também, chifre de gado (bovino) para preparar a bebida (não relatando a sua utilidade).

CONCLUSÃO

O lugar da feira, por propiciar uma base espacial para a fixação do comércio de garrafadas, favorece a continuidade da tradição de prepara-las e oferta-las à venda, assim como estimula, pela via da interação, o compartilhamento de visões e noções sobre elas, seja na apresentação estética do produto ou no valor terapêutico atribuído a ele. As feiras, como pudemos notar também nos estudos citados, são lugares onde o simbólico e o material se sobrepõem sem que consigamos isolar um ou outro aspecto, afinal, as trocas entre os atores sociais reverberam na estrutura espacial que ecoa simultaneamente sobre esses atores. A fertilidade de nossos solos, seus recursos transportados às feiras, oriundos de diversos lugares e diferentes produtores, sua variedade que colore pavilhões, corredores e barracas, incitando saberes e práticas, e agregando comerciantes e fregueses, serve de metáfora para ilustrarmos aqui a fecundidade da memória social.

A força dos quadros sociais da memória revela, também, a força da tradição que se apoia em suas noções para continuarem, mesmo quando sua aparência é a de algo que "mudou". Assim, compreendemos como as antigas noções sobre as quais uma tradição terapêutica popular, a das garrafadas, foi engendrada continuam na sociedade, apoiando a ideia de seu potencial medicinal, ainda junto à ideia de que elas proporcionam o lazer atribuído às bebidas alcóolicas em geral.

Nesse sentido, os feirantes entrevistados apresentam o preparo das garrafadas como a continuidade com uma tradição familiar, ainda que destinada para fins lucrativos. De outro lado, notamos que o preparo da bebida ultrapassa o ensinamento familiar, encorajando a composição de fórmulas por outros comerciantes, inspiradas nas receitas primeiras. Este evento demonstra a vitalidade da tradição das garrafadas, quando tais bebidas começam a adentrar

"novos" lugares, ganhar "novas" fórmulas e "novos" usos. Como pudemos depreender dos relatos dos vendedores, a procura pela bebida é justificada com "lemas" diversos, que assim como se combinam os ingredientes das garrafadas, fundem prazer e medicina em uma complexa mistura, adensada por interesses comerciais, medicinais, crenças populares e saberes tradicionais. A tradição é continuada por quem elabora a bebida e por aqueles que a procuram, sendo a barraca o local do encontro e da prosa durante a compra de alimentos, comércio que sobrevive nas feiras livres da cidade de Vitória da Conquista e atende moradores também da região.

REFERÊNCIAS

ALGRANTI, Leila Mezan. Saberes culinários e a botica doméstica: beberagens, elixires e mezinhas no Império português. **Saeculum** (UFPB), vol. 27, João Pessoa, PB, BRASIL, 2013. p.13-28. Disponível em: https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/srh/article/view/16422. Acesso em: 09 fev. 2021.

CALAINHO, Daniela Buono. Os jesuítas e a medicina no Brasil colonial. **Tempo**, n. 19, 2005, p. 61-75. Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/tem/v10n19/v10n19a05.pdf. Acesso em: 09 fev. 2021.

CAMARGO, Daniel Renaud. **Lendas, rezas e garrafadas**: educação ambiental de Base Comunitária e os Saberes Locais no Vale do Jequitinhonha. Orientador: Celso Sánchez Pereira. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Educação. Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, 2017.

HALBWACHS, Maurice. **Los marcos sociales de la memória**. Trad. Manuel Antonio Baeza e Michel Mujica. Barcelona: Anthropos, [1925] 2004.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. 2. ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, [1950] 1990.

HARVEY, David. O espaço como palavra-chave. **Em Pauta**, Rio de Janeiro, n. 35, v. 13, 2015, p. 126-152.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. [IBGE]. Vitória da Conquista. Disponível em: https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/ba/vitoria-da-conquista/ba/valenca.html. Acesso em: 17 mar. 2021.

LACERDA, Fernanda Ramos. **Da feira "tanto eu trais como eu levo" lugar de saberes e fazeres em Vitória da Conquista**. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Geografia. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Vitória da Conquista: 2019.

LACERDA, Fernanda Ramos; MENDES, Geisa Flores. Feira livre: patrimônio que se refaz em memória e tradição. In: MENEZES, Sônia de Souza Mendonça (org.). **O que é que o nordeste tem?** Tem feiras e festas tem... práticas e manifestações culturais em Sergipe, Alagoas e Bahia. São Cristovão: UFS, 2019, p. 63-74.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEITE, Bruno Martins Boto. Mezinhas antigas e modernas: A invenção da triaga brasílica pelos jesuítas do Colégio da Bahia no período colonial. São Paulo. **Anais**... 13º Seminário Nacional de História da Ciência e da Tecnologia. São Paulo: Sociedade Brasileira de História da Ciência, 2012.

LIMA, Isis Emanuelly de Oliveira; NASCIMENTO, Lavínia Alzira de Melo; SILVA, Maria Silene da. Comercialização de plantas medicinais no município de Arapiraca-AL. **Revista Brasileira de Plantas Medicinais**, v.18, n.2. Campinas, 2016, p.462-472.

MASSEY, Doreen. Filosofia e política da espacialidade: algumas considerações. **Geographia –** Ano 6, n. 12, Niterói, UFF, 2004, p.7-23.

MENDES, Geisa Flores; MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; OLIVEIRA, Débora Paula de Andrade. Gostoso feito memória: os biscoitos artesanais e o saber fazer de alimentos tradicionais em Vitória da Conquista, Bahia. In: MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; FAGUNDES, Andhressa Araújo; MENDES, Geisa Flores; VOCI, Silvia Maria. (Org.). **Memória do sabor e sabor da memória**. 1. ed. ARACAJU: EDUFS, 2019, v. I, p. 12-28.

MENDES, Geisa Flores; MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Espaço e memória: conexões e possibilidades pelo viés da categoria lugar. In: Anais do XI Colóquio Nacional e IV Colóquio Internacional do Museu Pedagógico: "Crise, conflitos e conhecimento no mundo contemporâneo", v. 11, 2015, p. 1105-1119.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Comercialização de animais na feira: a tradição do saber fazer na arte de negociar. In: MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; FAGUNDES, Andhressa Araújo; MENDES, Geisa Flores; VOCI, Silvia Maria. (Org.). **Memória do sabor e sabor da memória**. 1. ed. ARACAJU: EDUFS, 2019, v. I, p. 82-102.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; MENDES, Geisa Flores. O Espaço Geográfico para além de suas materialidades: Memória, tradição e o saber fazer dos alimentos. **Geopauta**, v. 3, 2019, p. 37-52.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; SANTOS, Letícia Menezes; CRUZ, Tatiane Santos da. A tradição da produção e comercialização de comidas típicas nas feiras semanais dos municípios de Aracaju, Itabaiana e Nossa Senhora da Glória. In: MENEZES, Sônia de Souza Mendonça (org.). **O que é que o nordeste tem?** Tem feiras e festas tem... práticas e manifestações culturais em Sergipe, Alagoas e Bahia. São Cristovão: UFS, 2019, p. 86-97.

PASSOS, Márcia Maria Barros dos; ALBINO, Rayane da Cruz; FEITOZA-SILVA, Michele; OLIVEIRA, Danilo Ribeiro de. A disseminação cultural das garrafadas no Brasil: um paralelo entre medicina popular e legislação sanitária. **Saúde debate**, v. 42, n. 116. Rio de Janeiro: 2018, p. 248-62.

QUEIROZ, Washington. Representações simbólicas. Secretaria de Cultura; Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia (org.). In: **Ofício de vaqueiros**, Cadernos do Ipac, 6. Salvador: Secretaria de Cultura do Estado da Bahia, 2013. Disponível em: http://www.ipac.ba.gov.br/wpcontent/uploads/2013/08/livro_of%C3%ADcio_de_vaqueiros.pdf. Acesso em: 15 mar. 2021.

SANTOS, Vanessa Modesto dos. Sons, cheiros, saberes e fazeres da feira de Lagarto. In: MENEZES, Sônia de Souza Mendonça (org.). **O que é que o Nordeste tem?** Tem feiras e festas tem... práticas e manifestações culturais em Sergipe, Alagoas e Bahia. São Cristovão: UFS, 2019, p. 74-86.

TEIXEIRA, Patrícia Godoia Garcia de Souza; OLIVEIRA, Débora Paula de Andrade; MENDES, Geisa Flores. Tem sabor de memória: o saber fazer e os alimentos tradicionais em mercados de Vitória da Conquista, Bahia. In: MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; FAGUNDES, Andhressa Araújo; MENDES, Geisa Flores; VOCI, Silvia Maria. (Org.). **Memória do sabor e sabor da memória**. 1. ed. ARACAJU: EDUFS, 2019, v. I, p. 102-117.

TUBINO, Paulo, ALVES, Elaine. Teriaga, triaga, teríaca. **Boletim do Museu de Embriologia e Anatomia** Bernard Duhamel e Centro de Memória e História da Medicina Lycurgo de Castro Santos Filho, ano 2, n. 4, 2014. Disponível em: http://roplac.com.br/museu/pdf/Boletim_do_Museu_N%C2%BA7.pdf. Acesso em: 15 fev. 2021.

ANDU, FUBÁ, JATOBÁ... PEQUI, BURITI, BIRIBÁ...: UMA PROBLEMATIZAÇÃO SOBRE ALIMENTOS ORIUNDOS DO "MUNDO TROPICAL" INCLUÍDOS NA DIETA REGIONAL ENCONTRADOS EM FEIRAS DE MINAS GERAIS

AUTOR

JOSÉ ANTÔNIO SOUZA DE DEUS
jantoniosdeus@uol.com.br

Este trabalho foi elaborado mediante a utilização de categorias de análise e paradigmas de interpretação nítida e explicitamente geográficos (e imbricados, sobretudo, com as linhas interpretativas da Geografia Cultural). Resulta de nossas experiências com a visitação de feiras na RMBH[1] (bairro Santo Antônio e hipercentro, Belo Horizonte), Colar Metropolitano (Sete Lagoas) e Vale do Jequitinhonha (Diamantina, Minas Novas, Capelinha e Angelândia, MG). Trata-se de lugares que conhecemos como "espaços vividos", tal como o termo foi classicamente definido por autores como Tuan (2012) e revisitado/contextualizado na realidade brasileira por diferentes pesquisadores como Kozel (2018), Amorim Filho (1999), Torres (2018), Dias Neto e Deus (2020). No que concerne à representação dos lugares por mapas mentais, vale ressaltar particularmente que, como assinala Galvão (2018, p. 88), "[...] a abordagem proposta pela Geografia das Representações considera o sujeito na sua integralidade e não exclui, necessariamente, as dimensões subjetivas presentes nos discursos e práticas socioespaciais". Tais espaços experienciados despertam vivamente nossos sentidos (como a visão e o olfato...), pela sua multiplicidade de cores e odores, pois se refere a espaços que, como apropriadamente demarca Menezes (2017, p. 109), são caracterizados pela existência/incidência de "[...] diversos movimentos e ritmos". Colocando em interlocução diferentes autores, Pieve *et al.* (2017, p. 77) deixam em evidência dimensões que seriam marcantes nas feiras, as quais estariam vinculadas à "[...] reciprocidade, troca de saberes e vivências, relações afetivas".

A abordagem adotada visa, fundamentalmente, reafirmar postulações como as de Seemann (2005, p. 207), quando o autor assinala que a tarefa da Geografia Cultural "seria investigar, comparar e interpretar o significado dos nomes dos lugares e as diferentes

1 Região Metropolitana de Belo Horizonte.

versões e visões de sua topogênese, para contribuir para uma melhor compreensão da relação entre Espaço e Cultura, no passado e no presente". Ou quando o autor registra ainda que "pesquisar a toponímia inevitavelmente inclui investigações históricas" e estudá-la significa adotar uma perspectiva histórica da Geografia Cultural (SEEMANN, 2005, p. 220). Paralelamente, intencionamos com a investigação colocar em evidência processos e fenômenos incidentes em recortes territoriais emblemáticos de Minas Gerais como o Vale do Jequitinhonha (DEUS, 2012, 2015, 2020) e a "Mesopotâmia" mineira (DEUS; BARBOSA; CASTRO, 2019).

Incursionamos por tais lugares também naqueles momentos em que eles constituíram áreas-foco de várias investigações que realizamos (ASSIS *et al.,* 2016; DEUS, 2020; DEUS *et al*., 2018a, 2018b), coordenando projetos de pesquisa, orientando dissertações e teses, realizando trabalhos de campo e participando de eventos nestes recortes territoriais, nos últimos anos. As últimas pesquisas de campo realizadas *in loco* ocorreram em agosto e outubro de 2018. A pesquisa objetivou rastrear os alimentos essencialmente constituintes da dieta dos mineiros atualmente e que são oriundos de países/civilizações do "Mundo Tropical".

Os procedimentos metodológicos – essencialmente qualitativos –, adotados como forma de operacionalização da pesquisa compreenderam: pesquisa bibliográfica e cartográfica, inventário toponímico (COSTA, 1997; DEUS, 2015), realização de entrevistas semiestruturadas com os atores investigados (feirantes, consumidores, agricultores familiares) em pesquisas de campo, sistematização e contextualização dos fenômenos e processos investigados, problematização e reflexão crítica sobre os conceitos e temas abordados.

A pesquisa apropriou-se de aportes de geógrafos culturais e agrários e de pesquisadores de outras áreas do conhecimento como historiadores (LAWS, 2013; MARTINS, 2008), sociólogos

(DIAS NETO; DEUS, 2020), antropólogos, economistas, engenheiros florestais e agrônomos (RIBEIRO *et al*., 2005), assumindo, nessa perspectiva, um caráter interdisciplinar[2] e colocando em pauta discussões de pesquisadores que anteriormente estudaram as feiras nos territórios do Jequitinhonha (RIBEIRO *et al*., 2005; LOPES; TUBALDINI, 2012) e em outros contextos territoriais (MENEZES, 2013a, 2017; PIEVE, 2017). Os trabalhos com uma temática mais específica, focados nos recortes territoriais analisados, incluíram, também, abordagens sobre os alimentos tradicionais e os registros toponímicos locais.[3]

DA RMBH AO VALE: A DIVERSIDADE E A RIQUEZA DOS ALIMENTOS PROVENIENTES DO "MUNDO TROPICAL" EXPOSTOS E COMERCIALIZADOS NAS FEIRAS MINEIRAS

Como registra Cosgrove (2012) numa das suas falas mais sugestivas (e difundidas...), *a Geografia está em toda a parte* (DEUS, 2019; TOWNSEND, 2015). E por que não estaria presente também nas feiras? Vale dizer, espaços esses que, como destacam Lopes e Tubaldini (2012), assumem importância para a agricultura familiar em recortes como o Vale do Jequitinhonha, em Minas Gerais (e em outros contextos territoriais). E é relevante **assinalar**, a propósito, o que destacam Ribeiro *et al.* (2005, p. 5-6):

> As feiras livres fazem parte das tradições mineiras. No vale do Jequitinhonha, elas existem em todos os municípios. Nas

2 A pesquisa lastreou-se em postulados clássicos de pesquisadores das geografias cultural e humanística como: Cosgrove (2012), Claval (2014, 2020) e Tuan (2011, 2012, 2013), tendo se fundamentado, no caso dos pesquisadores brasileiros, sobretudo, em contribuições recentes de docentes com trajetória destacada na pesquisa acadêmica (e vinculados a instituições federais de ensino superior como a UFMG, UFPR, UFF, UFS, UFLA e URCA...).

3 Deus e Barbosa (2017); Deus, Silva e Barbosa (2019); Santos et al. (2021); Silva (2013); Silva e Tubaldini (2013, 2014); Silva et al. (2020); Tubaldini, Vitalina e Castro (2003).

> madrugadas dos sábados, uma multidão de lavradores(as) sai do sítio para a feira, a pé, a cavalo ou no caminhão,para vender e comprar. O tamanho dessas feiras varia. Enquanto em Almenara a feira ocupa quatro quarteirões além do mercado, em Berilo não chega a ocupar todo o espaço do mercado público. O perfil dos participantes varia também. Em alguns municípios, só produtores podem vender, caso de Turmalina; noutros, eles disputam com intermediários, caso de Araçuaí. Em algumas épocas do ano, as feiras são mais especializadas. No tempo das águas, por exemplo, são os produtos da pecuária e da coleta que prevalecem. Já no tempo da seca, são os produtos da horta, do pomar e da indústria doméstica rural que têm mais saída. Há certas ocasiões em que elas são muito boas para quem vende, como no fim de ano e festas juninas; e outras em que são boas para o comprador, no auge da seca e em abril/maio, período que marca o início da estação de migração dos jovens para o corte de cana e colheita de café.

Para Menezes (2013a, p. 129), "as feiras continuam a desempenhar papel relevante – não só econômico, mas também sociocultural –, na medida em que unem pessoas de localidades diferentes, tornando-se espaço de diversidades culturais e de sociabilidades".

Ressalte-se que ao problematizarmos sobre tais questões, estamos colocando em evidência a mediação alimentar como um dos objetos de estudo da Geografia Cultural, como aponta Claval (2014). Também assumimos/referendamos os postulados de Menezes (2013b, p. 32), quando a autora demarca que o alimento "contextualiza a história de vida dos grupos sociais" e quando ela ressalta que a cultura alimentar deve ser:

> [...] compreendida como o conjunto integrado de elementos objetivos e subjetivos, que, de modos diversos, estão presentes na relação que se estabelece entre os homens, o meio

> e o alimento. Pela abordagem cultural, o alimento passa a ter uma dimensão mais ampla, não somente um objeto necessário para manutenção fisiológica, uma vez que contextualiza a história de vida dos grupos sociais. Desse modo, vinculam-se às estratégias utilizadas desde a produção até o consumo, características essas inerentes aos grupos sociais. (MENEZES, 2015, p. 45).

E já nos direcionando ao enfoque particular da nossa pesquisa, podemos observar, em primeiro lugar, que grande parte dos alimentos que integram a dieta dos mineiros, hoje, tem origem nos cenários clássicos do berço das civilizações do Mundo Ocidental, a saber: o Oriente Médio, a região do Mediterrâneo e a Europa, de onde provêm muitos ingredientes dela como a farinha de trigo (*Triticum spp.*); o azeite e as azeitonas; a aveia (*Avena L.*); as ervilhas; o vinho, as uvas (*Vitis vinifera*) e outras frutas como o morango (*Fragaria*), figo (*Ficus carica*), ameixa (*Prunus domestica*) e amêndoas (*Prunus dulcis*); legumes e hortaliças como a alface (*Lactuca sativa*), repolho (*Brassica oleracea*), beterraba (*Beta L.*) e aspargos (*Asparagus officinalis*); especiarias como o açafrão (*Crocus sativus*), alecrim (*Rosmarinus officinalis*), hortelã (*Mentha crispata*) e orégano (*Origanum vulgare*); e proteínas de origem animal como a carne e o leite de bovinos de várias raças (holandesa, charolesa, Jersey, Hereford...), o bacalhau, o iogurte etc.

Contudo, ao pesquisarmos o elenco de itens presentes nas feiras mineiras, encontraremos também alimentos de outras origens, inclusive aqueles ”nativos” do país. Isto pode ser verificado ao se analisar a origem etimológica dos vocábulos[4] que os designam e que provêm de línguas indígenas – como o *tupi*, o *aruak,* o asteca

4 A etimologia pode ser entendida como a abordagem científica que investiga a origem das palavras, procurando determinar as causas e circunstâncias de seu processo evolutivo.

e o inca (*quechua*) –, devendo-se pontuar que os termos incaicos e *astecas* (*nahuátl*) chegaram ao português por meio do castelhano. É o caso de muitas frutas (abacate, abacaxi, biribá, buriti, caju, goiaba, jabuticaba, jatobá, jenipapo, maracujá, pequi...); tubérculos (batata – *Solanum tuberosum*); legumes (tomate – *Solanum lycopersicum*); palmito (da palmeira juçara – *Euterpe edulis*); corantes (urucum – *Bixa orellana*); e outros alimentos como a mandioca *(Manihot esculenta*), o mate (*Ilex paraguariensis*, que, embora originário da América subtropical, é o tipo de chá mais conhecido e mais presente no cotidiano dos mineiros), o chocolate (e o cacau – *Theobroma cacao*), o charque, o amendoim (*Arachis hypogaea L.*) etc. São alimentos de origem indígena também o milho (*Zea mays*), o mamão (*Carica papaya L.*) e, provavelmente, o cará (*Dioscorea Alata*). Quanto às frutas, o abacaxi (*Ananas comosus*) merece destaque. Esta fruta teria sido "descoberta" pelos espanhóis, quando desembarcaram em terras americanas, e foi apreciada "pelos invasores como havia sido pela população indígena" (LAWS, 2013, p. 14).

No caso das frutas (inclusive de vários tipos de palmeiras), delas se produz uma série de alimentos como doces, geleias, compotas, tortas, sorvetes, *mousses*, sucos, licores etc. Destacam-se como bem típicos do contexto territorial em questão: a goiabada, o doce de buriti (ao qual nos remeteremos mais adiante) e os licores de jabuticaba, jenipapo e pequi, ou, respectivamente, em termos científicos, *Plinia cauliflora* (Mart.) Kausel 1956, *Genipa americana* e *Caryocar brasiliense*. O extrativismo deste último como verificaram Silva e Tubaldini (2013), que estudaram sua inserção no Norte de Minas e Vale do Jequitinhonha, ainda preserva certo dinamismo econômico no contexto regional, configurando-se a sua coleta como uma fonte de renda complementar para os camponeses aí domiciliados. Silva (2013, p. 176) vai se referir a um"campesinato sertanejo", cuja marca seria "a sua própria diversidade". E os autores postulam, ademais, que "[...] o pequi tem grande impacto na

vida cultural e simbólica de toda a população sertaneja" (SILVA; TUBALDINI, 2014, p. 161). Saint Hilaire (1975), em sua viagem de Goiás até o Rio das Velhas (1816-1822), vai se remeter à excepcional abundância de pequizeiros incidentes nesse recorte territorial do *hinterland* brasileiro. No estado de Minas Gerais – é sugestivo demarcar –, algumas localidades têm seus produtos característicos (e "emblemáticos"), a exemplo da "goiabada-cascão" do distrito de São Bartolomeu (Ouro Preto, MG), dos rocamboles de Lagoa Dourada (Campo das Vertentes) e dos doces tradicionais fabricados "à moda interiorana mineira" pela família Antunes, em Moeda, localidade do Quadrilátero Ferrífero de Minas Gerais (TUBALDINI; VITALINA; CASTRO, 2003).

Com produtos de origem indígena (milho, mandioca, amendoim...) se preparam pratos típicos da culinária mineira (embora todos eles não sejam não exclusivos do estado) – alguns deles característicos das festas juninas –, como a canjica (valendo ressaltar que a canjica mineira difere do prato homônimo do Nordeste brasileiro, assemelhando-se mais ao mungunzá do Ceará, Rio Grande do Norte, Paraíba, Pernambuco e Sergipe), os mingaus de fubá e de milho verde (este sim, correspondente à canjica nordestina), a pipoca, a paçoca, a feijoada à mineira, a "vaca-atolada" (prato típico da comida caipira que tem como principais ingredientes a costela bovina e a mandioca), a "suã de porco com mandioca", o "chá de amendoim" (amendoim cremoso quente, típico de determinadas regiões como o Jequitinhonha (DEUS, 2012; DEUS; CASTRO, 2014), o "pé-de-moleque" (doce típico de Minas, feito da mistura de amendoim torrado com rapadura e que também difere daquele conhecido no Nordeste. Cabe ressaltar que a cidade de Piranguinho, situada no sul do estado, é conhecida pela produção artesanal desse tipo de doce), biscoito de polvilho etc.

Em seu ensaio sobre a comida dos mineiros, Frieiro (1982) acentua, a esse respeito, que os alimentos básicos da maioria da popula-

ção regional, desde os primórdios do povoamento desse território (por europeus), eram aqueles derivados do milho e da mandioca. E sugestivamente, em outro contexto territorial do país – em Itabaiana, no Agreste central sergipano –, Rezende e Menezes (2013) apontam igualmente a relevância assumida, também nesse recorte territorial do Nordeste brasileiro, pela elaboração dos derivados da mandioca, que até mesmo se revelaria como uma estratégia de reprodução de grupos familiares, a qual se alicerçaria na demanda dos consumidores, "ávidos por esses produtos também arraigados na cultura local" (REZENDE; MENEZES, 2013, p. 311). Menezes (2017, p. 110), nesse sentido, assim registra:

> [...] após pesquisar as feiras livres da capital sergipana, evidenciamos entre os alimentos comercializados as frutas, verduras, cereais, carnes, mas também o expressivo número de barracas com alimentos tradicionais: queijos artesanais, biscoitos produzidos em padarias, bolos, comida e as iguarias derivadas da mandioca – denominadas localmente de beijus, em todas as feiras dos bairros.

Menezes (2017, p. 111) pontua ainda que "abordar as iguarias tradicionais elaboradas com a mandioca significa descortinar uma territorialidade artesanal alicerçada pelas dimensões cultural, social e que, [além disso,] na atualidade, apresenta relevante dimensão econômica".

Voltando ao cenário das Minas Gerais, podemos notar que os hábitos alimentares dos mineiros foram registrados, de forma minuciosa e atenta, pelos cronistas que percorreram a região, sobretudo, no século XIX, como Saint Hilaire (2000, 2004a, 2004b, 2011) – a quem já nos referimos –, Spix e Martius (2005) etc., viajantes cujas jornadas épicas são, até hoje, objeto de reinterpretações/releituras (FUNES, 2020). Spix e Martius, por exemplo, deixaram interessante depoimento no qual explicitam a forte impressão que lhes cau-

sou a visualização dos buritizais em seu primeiro encontro com eles, nas veredas, experiência propiciada por sua viagem através do sertão, até ao Rio São Francisco:

> Estes buritizais são o ornamento característico da bacia do Rio São Francisco e de extensos trechos do interior, nessa mesma latitude. O buriti (*Mauritia vinifera*), um dos mais belos produtos do mundo das plantas, eleva alto nos ares o seu caule simples, coluna de 100 a 120 m de altura, enfeitado com o grande penacho dos leques de suas folhas; com estas dá cobertura para as palhoças; fazem-se gradeados e ripas, com a parte periférica do seu caule; remos, com a haste de suas folhas; uma bebida muito agradável, semelhante à água da bétula e suscetível de fermentação alcoólica, com a seiva contida no caule; e um saboroso petisco é preparado com a polpa do fruto, misturada com açúcar, que, com o nome de *saieta*, é doce apreciado e artigo do comércio do sertão de Minas, com a costa. Todas estas utilidades tornaram quase sagrada para os sertanejos a preciosa árvore e, nalgumas regiões, como, por exemplo, em São Romão, é costume dar-se em dote à filha também certo número de buritis. (SPIX; MARTIUS, 2005, p. 84).

Já Eduardo Frieiro (1982, p. 136) assim detalha as peculiaridades da comida mineira em sua obra dedicada especificamente ao tema:

> O sabor do angu pode ser muito melhorado se acrescido de torresmos ou lingüiça. Adicione-se- lhe a erva picadinha, afogada, e tem-se a tríade tradicional: feijão, angu e couve. O arroz branco, cozido ao nosso modo, também não pode faltar na mesa da família mineira. Nem a farofa de milho ou de mandioca, tão apreciada pelo paladar de nossa gente. Faltando a farofa, é de uso adicionar-se ao feijão com caldo a farinha simples, torrada ou não, para engrossá-lo. A farinha de milho é conhecida com diferentes nomes: farinha de

> munho, farinha de cachorro e piché, dando-se este nome ao fubá torrado. Com o fubá de milho prepara-se o popularíssimo mingau, que pode ser simples, com açúcar e polvilhado de canela, podendo ser comido com fatias de queijo ou [sendo a ele] adicionado leite ou mel, e toma-se pela manhã como desjejum, ou à noitinha como a última refeição do dia. Muito usados [são] também o mingau de milho verde e o angu com leite.

Quanto aos vocábulos concernentes a alimentos de origem afro, encontrados nas feiras mineiras, eles são, sobretudo, oriundos de línguas nigeriano-congolesas (do Senegal, Guiné, Benin, Congo...) como o iorubá (*yoruba*), o quimbundo (*kimbundu*), o fon etc. Incluem-se itens como o andu (feijão guandu), banana, fubá, jiló, quiabo e as quitandas (que correspondem a tudo aquilo que se come como acompanhamento para o café: bolos, pães, biscoitos... e, por extensão, podem designar o estabelecimento onde são vendidos. Com tais ingredientes preparam-se iguarias bem características da culinária mineira como o frango com quiabo, a farofa de andu (típica do Vale do Jequitinhonha), o bolo de fubá, a bananada etc. São também de origem africana outros produtos encontrados na feira, como grãos de café (*Coffea arabica*)[5] e frutas como o tamarindo (fruta – *Tamarindus indica*). Segundo Pimenta (2021), quitandas como o "cabo de machado" são colocadas à venda e fazem o maior sucesso, aos sábados, na feira livre de Capelinha.

Além disso, temos ainda como alimentos vinculados às civilizações do "Mundo Tropical" que estão, a longo tempo, incorpora-

5 "Sabe-se que, logo após sua entrada no Rio de Janeiro, o café avançou, no início do século XIX, em direção à Zona da Mata, localizada no sudeste mineiro e, a partir da segunda metade do Oitocentos, difundiu-se rapidamente, tornando-se a principal atividade econômica da [então] província" (MARTINS, 2008, p. 82). Vale ressaltar que, quanto à sua primitiva origem, até hoje, o arbusto do café faz parte da vegetação natural de regiões do interior da Etiópia (MARTINS, 2008).

dos à dieta dos mineiros alimentos originários do subcontinente indiano e sudeste da Ásia. Podemos registrar como vocábulos de cunho alimentício, oriundos deste contexto territorial específico, o açúcar, o jambo, a manga, os quais provêm de línguas como o sânscrito e o malaiala (o sânscrito é uma língua ancestral da Índia e do Nepal; e o *Malayalam* é uma língua da Costa do Malabar, falada inclusive no estado indiano do Kerala). São ainda alimentos provenientes destes recortes territoriais: a canela (do Sri Lanka, o antigo Ceilão – até 1972: *Dominion of Ceylon*), o cravo-da-índia (Molucas, Indonésia), a pimenta-do-reino (*Piper nigrum* – sudeste da Índia), a noz-moscada (*Myristica fragans* – Índia e Indonésia), o gergelim (*Sesamum indicum*), o gengibre (*Zingiber officinale* – Índia, China e Indonésia/Java) além do limão (*Citrus x limon* – noroeste da Índia (LAWS, 2013) e da cidra (*Citrus medica L.*) (LAWS, 2013)).

É sugestivo observar, nessa perspectiva, o papel que podem ter assumido as especiarias como uma das motivações para as Grandes Navegações. Nesse período histórico invulgar, como se sabe, os portugueses estenderam seu domínio colonial (e mercantilista) sobre territórios tão distantes entre si como o Brasil, a África (Angola, Moçambique, Guiné...), a Índia (Goa) e Insulíndia (Timor) e a China (Macau), criando um inter-relacionamento/intercomunicação entre eles. Cabe assinalar, consequentemente, o papel que tais epopeias náuticas presumivelmente possam ter desempenhado para propiciar a difusão e intercâmbio de alimentos pelo Mundo, universalizando seu consumo. Como sugestivamente indica Wells (*apud* LAWS, 2013, p. 185), "quando os conquistadores espanhóis chegaram à América Latina, descobriram não apenas ouro e prata, mas [também] feijões, batata e a semente de cacau". O autor destaca que a batata se mostraria mais valiosa, para os conquistadores europeus, "do que todo o ouro e a prata dos incas" (LAWS, 2013, p. 178).

O que se verifica hoje é que alimentos originários das Américas (a exemplo da batata, do tomate e do chocolate) tornaram-se ele-

mentos essenciais e indispensáveis às cozinhas contemporâneas europeias (alemã, italiana, húngara...). Ao discutir a formação das tradições culinárias – utilizando a França como exemplo –, Claval (2014), nessa direção, pontua que muitos legumes que hoje constituem a base da alimentação europeia só chegaram ao continente após a descoberta da América. Já o historiador britânico Bill Laws inclui várias espécies do "mundo tropical" no conjunto de vegetais que ele classifica como as "50 plantas que mudaram os rumos da História" (a saber: o abacaxi, as pimentas malagueta e "do reino", a laranjeira, o café, o inhame, a noz-moscada, a cana-de-açúcar, a batata, o cacau, a baunilha, o milho e o gengibre (*apud* LAWS, 2013).

UMA DISCUSSÃO SOBRE OS ALIMENTOS ENCONTRADOS NAS FEIRAS MINEIRAS E O SEU RESGATE POR MEIO DOS REGISTROS TOPONÍMICOS

É pertinente observar que o inventário toponímico do *hinterland* mineiro propicia um resgate de inúmeros registros alusivos/concernentes aos alimentos tradicionais,[6] mostrando a grande relevância assumida pela dimensão alimentar no universo cultural deste contexto territorial, tanto nas sociedades indígenas como na cultura europeia (e são mais escassos os registros de origem afro presentes na toponímia regional). Como exemplos, podemos citar o caso de localidades situadas nos mais diferentes quadrantes de Minas, como: Araçaí (*tupi*: Rio dos Araçás); Aricanduva (*tupi*: Sítio das Brejaúbas); Bocaiúva; Brejaúba (Conceição do Mato Dentro, MG – distrito); Buritis (cidade do Noroeste mineiro e bairro em Belo Horizonte), Buriti da Cachoeira (Curvelo, MG – povoado), Campo do Buriti (Turmalina, MG; Vale do Jequitinhonha; comunidade de agricultores familiares/artesãos) e São José do Buriti (Fe-

6 Note-se que, no caso, estamos nos remetendo aos topônimos relacionados com os alimentos oriundos das civilizações do Mundo Tropical.

lixlândia, MG); Carandaí (*tupi*: Rio das Carnaúbas); Conceição de Macaúbas (Santa Luzia/ Quadrilátero Ferrífero, MG); Coqueiro do Campo (Minas Novas, MG, Vale do Jequitinhonha – comunidade de artesãos) e Coqueiral (Sul de Minas); Goiabeira e São José do Goiabal (Vale do Rio Doce); Indaiá (Antônio Dias, MG – comunidade quilombola), Dores do Indaiá, Estrela do Indaiá, Pedra do Indaiá e Quartel do Indaiá (Diamantina, MG; comunidade quilombola); Ingaí (*tupi*: Rio dos Ingás; Sul de Minas); Juatuba (*tupi*: Sítio dos Juás); Laranjal (Zona da Mata, MG); Milho Verde (Serro, MG – distrito); Palmital; Pequi; Pitangui (*tupi*: Rio das Pitangas); Vale do Jatobá e Vila Cafezal (Belo Horizonte, MG – bairros)... É também o caso de alguns topônimos aplicados a cursos fluviais do estado como os rios Bananeiras e Maracujá (DEUS; BARBOSA; CASTRO, 2019; DEUS; SILVA; BARBOSA, 2019).

Em outras regiões do Brasil também encontramos uma grande diversidade de topônimos aplicados a localidades e relacionados a alimentos, sobretudo tradicionais, como: Acajutiba (Sítio dos Cajus, BA), Caju (RJ, bairro da capital) e Cajueiro, AL; Açailândia, MA, Açaituba, RR (*tupi*: Sítio dos Açaís) e Assaí, PR; Anajatuba, PA (*tupi*: Sítio das Palmeiras Inajá); Aripuanã, AM (*tupi*: Palmeira Frondosa); Bananal (Vale do Paraíba) e Batatais, SP; Butiá e São Pedro do Butiá, RS; Araçatiba (Ilha Grande, RJ) e Araçatuba, SP (*tupi*: Sítio dos Araçás); Babaçulândia, TO; Bacuri e Bacurituba, MA (*tupi*: Sítio dos Bacuris); Barra dos Coqueiros, SE; Coqueiro Seco, AL, e Coqueiros do Sul, RS; Buritis, RO, Buriti Alegre, GO, Buriti Bravo, MA, Buriti do Tocantins, TO; Cacoal, RO; Cafezal do Sul, PR; Cajazeiras, PB; Cambuci, SP (bairro da capital); Canavieiras, BA; Carnaúba dos Dantas, RN; Castanhal, PA, e Castanheira, MT; Catolé do Rocha, PB; Charqueadas, RS; Curitiba (*tupi*: Sítio dos Pinheiros), Pinhão e São José dos Pinhais, PR; Pinhalzinho, SP e SC, e Pinheirinho do Vale, RS; Herval, Erval Grande, Erval Seco e Erval Velho, RS; Erval de Baixo e da Reserva, PR, e Her-

val d'Oeste, SC; Indaiatuba, SP (*tupi:* Sítio das Palmeiras Indaiá); Jaboticaba, RS, e Jaboticabal, SP; Jatobá, MA e PE; Joatinga, RJ (*tupi*: Juá Branco – bairro da capital); Juazeiro, BA, e Juazeiro do Norte, CE; Jussara, GO (*tupi*: Juçara – palmito); Laranja da Terra, ES, Laranjal, PR, Laranjal do Jari, AP, Laranjeiras, SE, e Laranjeiras do Sul, PR; Macaúbas, BA; Mangueira, RJ (bairro); Mostardas, RS; Mucajaí, RR (*tupi*: Sítio das Bocaiúvas); Murici, AL; Ouricuri, PE; Palmeira, PR, Palmeiras, BA, Palmeira das Missões, RS, Palmeira d'Oeste, SP, Palmeira dos Índios, AL, Nova Palmeira, PB; Palmital, PR e SP; Tucumã, PR; Uricurituba (*tupi*: Sítio dos Ouricuris)... No caso de topônimos aplicados a corpos d'água temos ainda os rios: Bananal, ES; Abacaxis e Marmelos, AM (ambos na bacia do Madeira); a Lagoa Mangueira, RS... E quanto aos acidentes físicos: Chapada das Mangabeiras (MATOPIBA), Serra do Cafezal, SP, Maciço do Urucum, MT, e ilhas do Bananal, TO, do Caju (Delta do Parnaíba, PI) e do Mel (PR).[7]

A toponímia é uma herança preciosa das culturas passadas. Trata-se de uma verdadeira tomada de posse (simbólica ou real) do espaço e corresponderia a um traço da cultura e a uma herança cultural (CLAVAL, 2014). A toponímia constituiria ainda "relevante marca cultural", expressando "uma efetiva apropriação do Espaço" por determinado grupo cultural. Seria "poderoso elemento identitário" (CORRÊA, 2003, p. 176). E por que não deveria refletir a importância dos alimentos claramente evidenciada no universo/substrato cultural das sociedades (portuguesa, indígena etc.)?

Em termos geográficos, a toponímia poderia ser visualizada como uma construção intelectual que reflete a complexidade do território, bem como as particularidades de sua formação e evo-

7 Açaí, buriti, ouricuri, juçara, babaçu, bocaiúva, brejaúba, carnaúba, catolé, inajá, indaiá, butiá, tucumã são espécies de palmeiras que, em diferentes recortes territoriais e biogeográficos, abastecem a população sertaneja de frutos, palmito, óleos etc.

lução. Ressalte-se, é por intermédio do inventário toponímico que pode se perceber o que é, em síntese, um espaço ou território (DEUS; BARBOSA, 2017; SILVA *et al*., 2020), pois se trata de um instrumento metodológico que permite que sejam definidos os elementos mais marcantes e característicos da paisagem, como assinalam Garau e Sebástian (2013). Para Azaryvahu e Golan(2001) – pesquisadores da Geografia Histórica, na Universidade de Haifa –, nomear e renomear rios, montanhas, cidades, bairros e logradouros são práticas que têm um significado político e cultural, envolvendo etnias ou grupos culturais, hegemônicos ou não.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao fecharmos as discussões esboçadas neste trabalho, fica como primeira constatação que a Geografia dos Alimentos ("Geografia dos Sabores") – e por que não a "Geografia das Feiras"? –constitui recortes temáticos atraentes para uma análise desenvolvida no âmbito das investigações e práticas geográficas e, particularmente, por meio dos postulados de linhas interpretativas da Geografia Cultural.

Fica também a constatação de que os alimentos cuja origem é o domínio dos Trópicos são, hoje, tão importantes e emblemáticos para a culinária mineira quanto aqueles de origem europeia, ou até mais relevantes do que eles. E isso parece surpreendente no caso das culturas indígenas e africanas, cujas relações com as culturas europeias foram historicamente tão assimétricas, se levarmos em consideração os violentos e sistemáticos processos de etnocídio, desterritorialização e escravização dos quais ameríndios, africanos e afro-brasileiros foram vítimas. Observe-se que ao colocar em pauta "as lutas e resistências indígenas na América Latina", a geógrafa Marilda Maraccci (2012, p. 603) vai justamente explicitar/enfatizar estas "situações assimétricas de Poder" a que historicamente estiveram submetidas as sociedades autóctones das Américas.

Buscando, além disso, contextualizar a nossa discussão no cenário mais amplo da cultura brasileira como um todo, pode-se levantar a hipótese de que tenha ocorrido esta inserção dos alimentos tropicais na dieta dos habitantes de outras regiões do país – com intensidade maior ou menor –, dependendo de cada contexto regional de um país tão vasto e diverso. É bastante provável, nesse sentido, que tais alimentos estejam mais presentes nos hábitos alimentares (sendo, portanto, comercializados nas feiras locais) de regiões brasileiras como o Norte e Nordeste (onde é muito grande a influência das culturas indígenas e africanas) e que eles estejam menos presentes, por exemplo, no cotidiano dos habitantes da região Sul (em virtude da influência cultural exercida pelos descendentes de imigrantes europeus como alemães, italianos, eslavos, que aí se domiciliaram nos séculos XIX e XX).

Na região Norte é muito difundido- e bem evidente-, o consumo de alimentos de origem tipicamente indígena (frutas, palmito...) como o açaí (*Euterpe oleracea*), pupunha (*Bactris gasipaes* Kunth), cupuaçu (*Theobroma grandiflorum*), tucumã (*Astrocaryum aculeatum*) e inajá (*Attalea maripa*). O mesmo ocorre no Nordeste, com alimentos de origem indígena (do Brasil, México, Antilhas...) e africana (sobretudo iorubá), a exemplo de frutas como o cajá (*Spondias mombin* L.), umbu (*Spondias tuberosa* L.), pinha (fruta-do-conde –*Annona squamosa*), graviola (*Annona muricata L.*), sapoti (*Manilkara zapota*), bacuri (*Platonia insignis*) e mangaba (*Hancornias peciosa*), cuja relevância alimentar e cultural para a população sergipana é, a propósito, problematizada por Menezes (2015)], além do azeite de dendê (*Elaeis guineensis*). Sugestivamente, tais alimentos estão muito presentes na toponímia de ambas as regiões (como pode ser verificado nos exemplos já discriminados).

REFERÊNCIAS

AMORIM FILHO, Oswaldo Bueno. Topofilia, topofobia e topocídio em Minas Gerais. *In*: DEL RIO, Vicente; OLIVEIRA, Lívia. **Percepção ambiental**: a experiência brasileira. São Carlos, SP: EdUFSCAR/Studio Nobel, 1999. p. 139-152.

ASSIS, André Tomé *et al*. A comunidade tradicional de Quartel do Indaiá: vivências e percepções no espaço rural de Diamantina, MG. **Sankofa: Revista de História da África e de Estudos da Diáspora Africana**, São Paulo, v. 9, n. 28, p. 102-120, dez. 2016.

AZARYVAHU, Maoz; GOLAN, Arnon. (Re)naming the landscape: the formation of Hebrewmap of Israel: 1949-1960. **Journal of Historical Geography**, Londres, v. 27, n. 2, p. 178-195, 2001.DOI: 10.1006/jhge.2001.0297

CLAVAL, Paul. **A Geografia Cultural.**Florianópolis: Ed. UFSC, 2014.

CLAVAL, Paul. Cartographier l'Espace Culturel. *In*: REGO, Nelson; KOZEL, Salete. **Narrativas, geografias e cartografias**: para viver é preciso espaço e tempo. v. 1. Porto Alegre: Compasso Lugar-Cultura; IGEO-URGS, 2020. p. 317-327.

CORRÊA, Roberto Lobato. A Geografia Cultural e o urbano. *In:* CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny. **Introdução à Geografia Cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 167-186.

COSGROVE, Denis. A Geografia está em toda a parte: cultura e simbolismo nas paisagens humanas. *In*: CORRÊA, Roberto Lobato; ROSENDAHL, Zeny. **Geografia Cultural**: uma antologia. Rio de Janeiro: Eduerj, 2012. p. 219-237.

COSTA, Joaquim Ribeiro. **Toponímia de Minas Gerais com estudo histórico da divisão territorial e administrativa.** Belo Horizonte: BDMG Cultural, 1997.

DEUS, José Antônio Souza. Paisagens culturais alternativas e protagonismo etnopolítico de comunidades tradicionais no *hinterland* brasileiro. *In*: TUBALDINI, Maria Aparecida dos Santos; GIANASI, Lussandra Martins. **Agricultura familiar, cultura camponesa e novas territorialidades no Vale do Jequitinhonha**: gênero, biodiversidade, patrimônio rural, artesanato e agroecologia. Belo Horizonte: Fino Traço, 2012. p. 35-50.

DEUS, José Antônio Souza. Inventário toponímico e abordagem etnogeográfica do mundo agrário e alimentos tradicionais no Quadrilátero Ferrífero e vales do Jequitinhonha e Mucuri, MG. **Geografias**, Belo Horizonte, v. 11, n. 2, p. 6-22, dez. 2015.

DEUS, José Antônio Souza. O legado de Cosgrove discutido em produções científicas recentes: uma contribuição ao debate sobre as ideias do autor. *In*: DINIZ, Alexandre Magno Alves *et al.* **Metamorfoses possíveis compartilhadas**: leituras em Geografia Cultural. Belo Horizonte: Grupo Editorial Letramento, 2019. p. 28-37.

DEUS, José Antônio Souza. Uma problematização sobre realidades do mundo agrário e sobre a gestação de paisagens culturais alternativas no Vale do Jequitinhonha, MG. *In*: MENEZES, Sônia de Souza Mendonça; ALMEIDA, Maria Geralda; DEUS, José Antônio Souza. **Novos usos do espaço rural e suas resiliências**: transformações e ruralidades em Goiás, Minas Gerais e Sergipe. Aracaju: Criação, 2020. p. 215-234.

DEUS, José Antônio Souza; BARBOSA, Liliane de Deus. Uma contribuição ao estudo da paisagem nas regiões de antiga mineração do Brasil na ótica das Geografias Cultural e Histórica. **Geografias**, Belo Horizonte, v. 15, n. 2, p. 38-49, jul./dez. 2017.

DEUS, José Antônio Souza; BARBOSA, Liliane de Deus; CASTRO, Henrique Moreira. **Mesopotâmia mineira**: toponímia, identidades e cultura dos sertões: Belo Horizonte: Sangre, 2019.

DEUS, José Antônio Souza; CASTRO, Henrique Moreira. Protagonismo político, etnodesenvolvimento e processos de reterritorialização de comunidades quilombolas, em curso, no Vale do Jequitinhonha, MG. *In:* LIMA, Ismar Borges. **Etnodesenvolvimento e gestão territorial**: comunidades indígenas e quilombolas. Curitiba: CRV, 2014. p. 141-153.

DEUS, José Antônio Souza *et al.* Metodologias qualitativas aplicadas ao estudo da paisagem no Vale do Jequitinhonha, MG, Brasil. *In:* VARGAS, Maria Augusta Mundim; SANTOS, Daniele Luciano. **Tempos & Espaços da Pesquisa Qualitativa**, Aracaju: Criação Editora, p. 279-304, 2018a.

DEUS, José Antônio Souza *et al*. Os processos comunitários de reafirmação identitária e a constituição de paisagens culturais alternativas nos vales dos rios Doce e Jequitinhonha, MG, Brasil. **GeoNordeste**, São Cristóvão, SE, v. 24, n. 1, p. 73-90, jan./ jun. 2018b.

DEUS, José Antônio Souza; SILVA, Ludimila de Miranda Rodrigues; BARBOSA, Liliane de Deus. Processos socioculturais e geo-históricos do Vale do Jequitinhonha e sua (re)interpretação/decodificação através do inventário toponímico. *In*: DINIZ, Alexandre Magno Alves *et al*. **Metamorfoses possíveis compartilhadas**:leituras em Geografia Cultural. Belo Horizonte: Grupo Editorial Letramento, 2019. p. 303-313.

DIAS NETO, José; DEUS, José Antônio Souza. O mapa mental como ferramenta de análise sobre o lugar: a percepção da comunidade Pataxó da Terra Indígena Fazenda Guarani pela sociedade envolvente. *In*: REGO,

Nelson; KOZEL, Salete. **Narrativas, geografias e cartografias**: para viver é preciso espaço e tempo. v. 1. Porto Alegre: Compasso Lugar-Cultura; Ed. IGEO-URGS, 2020. p. 127-154.

FRIEIRO, Eduardo. **Feijão, couve e angu**: ensaio sobre a comida dos mineiros. 2. ed. Belo Horizonte: Itatiaia; Edusp, 1982.

FUNES, Eurípedes A. Um naturalista imaginando o futuro: Saint Hilaire e o Sertão Cerrado do Brasil. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 14, n. 3, p. 145-155, dez. 2020.

GALVÃO, Wilson. Os mapas mentais na interface entre a Geografia e a Educação. *In*: KOZEL, Salete. **Mapas mentais**: dialogismo & representações. Curitiba: Appris, 2018. p. 87-93.

GARAU, Antoni Ordinas; SEBÁSTIAN, Jaume Binimelis. La caracterización del paisage de Menorca a través de la toponimia. **Investigaciones Geográficas**, Alicante, España, n. 60, p.155-169, jul./dez. 2013.

KOZEL, Salete. Mapas mentais sob a perspectiva simbólica: desvendando o lugar e seus significados. *In:* KOZEL, Salete. **Mapas mentais**: dialogismo & representações. Curitiba: Apprisa, 2018. p. 59-66.

LAWS, Bill. **50 plantas que mudaram o rumo da História**. Trad. Ivo Korytowski. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

LOPES, Saulo Davi de Almeida; TUBALDINI, Maria Aparecida dos Santos. Rural e urbano contemporâneos: a importância da feira de Minas Novas para a agricultura familiar. *In*: TUBALDINI, Maria Aparecida dos Santos; GIANASI, Lussandra Martins. **Agricultura familiar, cultura camponesa e novas territorialidades no Vale do Jequitinhonha**: gênero, biodiversidade, patrimônio rural, artesanato e agroecologia. Belo Horizonte: Fino Traço, 2012. p. 107-124.

MARACCI, Marilda Teles. Povos indígenas. *In*: CALDART, Roseli Salete *et al*. **Dicionário da educação no campo**. Rio de Janeiro: Expressão Popular; Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio; Fiocruz, 2012. p. 600-612.

MARTINS, Ana Luíza. **História do café**. São Paulo: Contexto, 2008.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Alimentos identitários: uma reflexão para além da cultura**. GeoNordeste**, São Cristóvão, SE, v. 24, n. 2, p. 120-136, 2013a.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Comida de ontem, comida de hoje: o que mudou na alimentação das comunidades tradicionais sertanejas? **OLAM**, Rio Claro, SP, v. 1, n. 2, p. 31-58, jul./dez. 2013b. ISSN 1982-7784, Disponível em: http://www.periodicos.rc.biblioteca.unesp.br/index.php/olam/index. Acesso em: fev. 2021.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Sabores do sertão ao litoral: saberes e fazeres como estratégia de reprodução social e econômica de grupos familiares. **Geografias**, Belo Horizonte, v. 11, n. 2, p. 45-62, jul./dez. 2015.

MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. Iguarias derivadas da mandioca: do rural ao urbano: o consumo de uma tradição nas feiras livres de Aracaju. *In*: ZANINI, Maria Catarina Chitolina; SANTOS, Míriam de Oliveira. **Feiras, feirinhas e feirões**: a "economia dos centavos". São Leopoldo, RS: Oikos, 2017. p. 108-127.

PIEVE, Stella Maris Nunes *et al*. Quando a feira é feita por e para quem planta: a experiência da Feira Estadual de Sementes Crioulas e Tecnologias Populares de Canguçu.*In*: ZANINI, Maria Catarina Chitolina; SANTOS, Míriam de Oliveira. **Feiras, feirinhas e feirões**: a "economia dos centavos". São Leopoldo, RS: Oikos, 2017. p. 59-81.

PIMENTA, Ereni. Cabo de machado ou cubu: aprenda a fazer essa quitanda histórica de Minas. **Territórios Gastronômicos**, fev. 2021. Disponível em: https://territoriosgastronomicos.uai.com.br/2021/02/13/cabo-de-machado-ou-cubu-aprenda-a-fazer-essa-quitanda-historica-de-minas/. Acesso em: fev. 2021.

REZENDE, José Lima; MENEZES, Sônia de Souza Mendonça. A tradição das iguarias derivadas da mandioca no território de Itabaiana, SE: cultura e geração de renda. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 7, n. 2, p. 310-329, ago. 2013.

RIBEIRO, Eduardo Magalhães *et al.* Programa de apoio às feiras e à agricultura familiar no Jequitinhonha. **Agriculturas**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 2, p. 5-9, jun. 2005.

SAINT HILAIRE, Auguste. **Viagem à Província de Goiás**. Trad. Regina R. Junqueira. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: Edusp, 1975.

SAINT HILAIRE, Auguste. **Viagem pelas províncias do Rio de Janeiro e Minas Gerais**. Trad. Vivaldi Moreira. Belo Horizonte: Itatiaia, 2000.

SAINT HILAIRE, Auguste. **Viagem às nascentes do Rio São Francisco**. 2. ed. Trad. Regina R. Junqueira. Belo Horizonte: Itatiaia, 2004a.

SAINT HILAIRE, Auguste. **Viagem pelo Distrito dos Diamantes e litoral do Brasil**. 2. ed. Trad. Leonam A. Penna. Belo Horizonte: Itatiaia, 2004b.

SAINT HILAIRE, Auguste. **Quadro geográfico da vegetação primitiva na Província de Minas Gerais.** Trad. Cleonice P. B. Mourão. Belo Horizonte: Fino Traço, 2011.

SANTOS, Jéssica Poliane Gomes *et al*. Marcas na paisagem do povoado Fazenda Velha, MG: interpretações como subsídio à realização de inven-

tários toponímicos. *In*: VARGAS, Maria Augusta Mundim; DOURADO, Auceia Matos Dourado; FREDRICH, Maria Salomé Lopes. **Diálogos e práticas no campo da pesquisa qualitativa**. Ituiutaba, MG: Barlavento, 2021. p. 182-224.

SEEMANN, Jörn A. Toponímia como construção histórico-cultural: o exemplo dos municípios do estado do Ceará. **Vivência**, Natal, n. 29, p. 207-224, 2005.

SILVA, Ana Carolina dos Santos *et al.* Interpretações toponímicas da paisagem do povoado de Fazenda Velha, Sete Lagoas, Minas Gerais. **GeoNordeste**, São Cristóvão, SE, v. 31, n. 1, p. 54-72, jan./jun. 2020.

SILVA, Marcos Nicolau dos Santos. O pequi e os saberes locais dos camponeses do sertão mineiro: primeiros apontamentos. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 7, n. 1, p.174-196, abr. 2013.

SILVA, Marcos Nicolau dos Santos; TUBALDINI, Maria Aparecida dos Santos. O ouro do Cerrado: a dinâmica do extrativismo do pequi no norte de Minas Gerais. **GeoAraguaia**, Barra do Garças, MT, v. 3, n. 2, p. 293-317, ago./dez. 2013.

SILVA, Marcos Nicolau dos Santos; TUBALDINI, Maria Aparecida dos Santos. O pequi como recurso de uso comum e patrimônio cultural sertanejo. **GeoUERJ**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 25, p. 161-182, 1º. Sem. 2014. ISSN: 1415-7543 e-ISSN: 1981-9021 http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/geouerj. Acesso em: fev. 2021.

SPIX, Johann Baptist; MARTIUS, Carl Friedrich Phillip. **Viagem pelo Brasil:** 1817-1820. v. II. Trad. Lúcia F. Lahmeyer. São Paulo: Melhoramentos, 2005.

TORRES, Marcos Alberto. Os mapas mentais na compreensão dos lugares e da vida. *In*: KOZEL, Salete. **Mapas mentais**: dialogismo & representações. Curitiba: Appris, 2018. p. 213-220.

TOWNSEND, Stacie A. Symbolic discourses: the influence of Denis Cosgrove in the field of Geography. **The California Geographer**, v. 54, p. 59-68, 2015.

TUAN, Yi-Fu. Espaço, tempo, lugar: um arcabouço humanista. **Geograficidade**, Campinas, SP, v. 1, n. 1, p. 4-15, 2011.

TUAN, Yi-Fu. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Londrina, PR: Eduel, 2012.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço & lugar**: a perspectiva da experiência. Londrina, PR: Eduel, 2013.

TUBALDINI, Maria Aparecida dos Santos; VITALINA, Rosemary; CASTRO, Henrique Moreira. Doces Antunes: preserve and candy factory and small-scale Milk producers. *In*: IGU/ ANNUAL CONFERENCE, 21., 2003, Belo Horizonte, MG. **Anais**... Belo Horizonte, MG: International Geographic Union – Commission on the Sustainability of Rural Systems, p. 39-44, 2003.

SOBRE OS AUTORES

Abel Perinazzo Cassol
Possui Graduação em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2010) e mestrado (2013) e doutorado (2018) em Sociologia pela mesma universidade. Atua em pesquisas e projetos relacionados a agricultura familiar e ao desenvolvimento no Brasil e na América-Latina. Pesquisador do Grupo de Estudos e Pesquisas em Agricultura, Alimentação e Desenvolvimento (GEPAD/UFRGS/CNPq).
E-mail: abelcassol@hotmail.com

Adriano Carvalho Martins
Mestre em Sociologia pela Universidade Federal da Grande Dourados/UFGD. Foi bolsista durante os anos de 2016 a 2019, atuando em projetos de extensão nas ações de extensão universitária, junto a grupos de mulheres assentadas produtoras de alimentos com base orgânica. Atualmente é professor na rede de ensino da cidade de Dourados.
E-mail: adrianocarvalhomartins@gmail.com

Alzira Salete Menegat
Doutora em Sociologia, professora na graduação de Ciências Sociais e no Programa de Pós-Graduação de Sociologia, da Universidade Federal da Grande Dourados. Tem desenvolvido projetos de pesquisa e de ações de extensão universitária em assentamentos rurais de Mato Grosso do Sul, especialmente junto aos grupos de mulheres, buscando compreender a dinâmica da vida naqueles espaços, visando intercambiar conhecimentos e contribuir com a au-

tonomia dos grupos na produção de alimentos com referenciais da produção orgânica e agroecológica. Coordena o Grupo de Pesquisa Sociedades e culturas nas Fronteiras de Mato Grosso do Sul.
E-mail: alziramenegat@ufgd.edu.br

Ana Ivania Alves Fonseca
Doutora em Geografia pela Universidade Estadual Paulista (UNESP/ Rio Claro/SP). Mestrado pela Universidade Federal de Uberlândia. Professora da Universidade Estadual de Montes Claros - MG (UNIMONTES) Coordenadora do Núcleo de Pesquisa em Geografia Rural -NEPGeR e pesquisadora de projeto do CNPq e FAPEMIG. Professora do Programa de Mestrado em Geografia PPGEO/ Unimontes.
E-mail: anaivania@gmail.com

Anna Maria Ribeiro Fernandes Moreira da Costa
Doutora em História pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Membro do Instituto Histórico e Geográfico de Mato Grosso, desde 2003. Professora do Univag - Centro Universitário de Várzea Grande-MT, desde 2002, onde coordena Projetos de Iniciação Científica nas áreas de História Indígena, História Regional e Antropologia Cultural. Colaboradora do jornal Circuito Mato Grosso, onde assina a coluna semanal Terra Brasilis, desde 2012, com olhar voltado para a vida cotidiana dos povos indígenas e da cidade de Cuiabá.
E-mail: anna-edu@hotmail.com

Artur Cristóvão
Mestre e Doutor em Educação Contínua e Vocacional, especialidade de Extensão Educativa, pela Universidade de Wisconsin-Madison, EUA (1984/1986). Professor Catedrático do Departamento de Economia, Sociologia e Gestão da Escola de Ciências Humanas e Sociais da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e investigador do Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvi-

mento (CETRAD), com trabalho nas áreas da Extensão Educativa e do Desenvolvimento Rural.
E-mail: acristov@utad.pt

Camila Turmina Baticini
Bacharela em geografia pela Universidade Federal de Alfenas (UNIFAL-MG) e atualmente licencianda. Compõe o Grupo de Estudos Regionais e Sócio-espaciais (GERES/UNIFAL-MG) e a Rede de Estudos Agrários (REA). Desenvolve pesquisas acerca da geografia agrária, cultural e de gênero.
E-mail: camila.baticini@sou.unifal-mg.edu.br

Carlos Augusto Sousa Dantas
Graduado em Direito pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Campus de Vitória da Conquista (BA). Membro do Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Gênero, Políticas, Álcool e Drogas (GePAD). Mestre em Memória: Linguagem e Sociedade. Atualmente é doutorando do Programa de Pós-graduação em Memória: Linguagem e Sociedade pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB).
E-mail: gutosdantass@gmail.com

Darlene Aparecida de Oliveira Ferreira
Professor Assistente Doutor MS3-2, aposentada desde 10/01/2019, junto ao Departamento de Geografia do IGCE-UNESP-Rio Claro e do Programa de Pós-Graduação de Geografia do IGCE-UNESP/Rio Claro. Concluiu o Doutorado e o Mestrado, em Geografia (IGCE/UNESP/Rio Claro). É um dos líderes do núcleo de estudos NEA, credenciado pelo CNPq. Pesquisa na área de Geografia Agrária, tendo como temas a agricultura familiar, a história da Geografia Agrária no Brasil, a relação cidade-campo.
E-mail: darlene-ferreira@uol.com.br

Eduardo Charles Barbosa Ayres
Mestre em Administração: Gestão Social, Ambiente e Desenvolvimento (2008), pela UFLA; Doutorando no Programa de Pós Graduação em Produção Vegetal na UFMG. Desde de 1999 é membro do Núcleo de Pesquisa e Apoio à Agricultura Familiar (Núcleo PPJ) - UFMG - Montes Claros/MG.. Atualmente é Professor do Instituto Federal do Norte de Minas Gerais (IFNMG).
E-mail: eduardo.ayres@ifnmg.edu.br

Elvis Natan Dantas Pereira
Bacharelado Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte.
Email: elvispereira1992@gmail.com

Fabiana Thomé da Cruz
Doutora e Pós-doutora em Desenvolvimento Rural. Docente na Escola de Agronomia/Universidade Federal de Goiás (EA/UFG) e nos Programas de Pós-Graduação em Agronegócio/Universidade Federal de Goiás (PPGAGRO/UFG) e Desenvolvimento Rural/Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS).
Email: fabianathome@ufg.br

Flamarion Dutra Alves
Geógrafo e Mestre em Extensão Rural pela UFSM, Doutor em Geografia pela UNESP-Rio Claro. Professor Associado na Universidade Federal de Alfenas – MG (UNIFAL-MG). Professor dos Programas de Pós-graduação Geografia na UNIFAL-MG e na Universidade Federal de São João Del Rey(UFSR). Coordenador do PPGEO (2019-2021). Líder do Grupo de Pesquisa “Grupo de Estudos Regionais e Socioespaciais – GERES/UNIFAL/MG e integrante da Rede de Estudos Agrários- REA.
E-mail: dutrasm@yahoo.com.br

Francisco Fransualdo de Azevedo
Doutor em Geografia pela Universidade Federal de Uberlândia - Minas Gerais. Pós-Doutor pela Universidade de São Paulo (USP) e Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita (UNESP). Professor Associado do Departamento de Geografia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (Cursos de Licenciatura e Bacharelado), Docente do Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFRN e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da UFRN.
E-mail: ffazevedo@gmail.com

Herica Andrade de Oliveira
Graduada em Pedagogia pela Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB); Tem experiência na área de Educação, como fase na Educação de Jovens e Adultos - formação para o programa Todos Pela Alfabetização. Atuou como Secretária Geral no STTR (Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Bom Jesus da Serra -BA). Atualmente é membro do Grupo de Estudos e Pesquisas em Gênero, Política, Álcool e Drogas (GePAD); foi Bolsista de Iniciação Científica na UESB.
E-mail: hericapedagogia2017@gmail.com

Isidro Chemane Argentina
Docente da Universidade Eduardo Mondlane-Escola Superior de Negócios e Empreendedorismo em Chibuto-ESNEC desde 2010. Atua no campo de genética e melhoramento vegetal. Participou do Projeto "Paisagens e desenvolvimento local: inventário, análise e estudo comparativo de Chibuto, Moçambique, e Goiás, Brasil" na mobilidade acadêmica com a UFG no qual com dois estudantes desenvolveram trabalhos de culminação de curso, num estudo comparativo entre as cadeias de valor de banana entre Brasil e Moçambique. Atualmente faz pós-graduação em Produção Animal na UFRN.
E-mail: ichemane88@gmail.com

Jones Dari Goettert
Doutor em Geografia, professor na graduação em Geografia e no Programa de Pós-Graduação em Geografia, da Universidade Federal da Grande Dourados. Atua nas temáticas Migrações, Fronteiras, Espaço e Cultura. Nos últimos anos vem enfatizando também uma "Metodologia das Andanças", possibilitando percorrer um conjunto de experiências territoriais de comunidades indígenas, camponesas e fronteiriças entre Brasil e Paraguai, no sul do Mato Grosso do Sul.
E-mail: jonesdari@ufgd.edu.br

José Antônio Souza de Deus
Doutorado em Geografia (UFRJ). Professor Associado IV no Departamento de Geografia do Instituto de Geociências da Universidade Federal de Minas Gerais. Credenciado junto ao Programa de Pós-Graduação em Geografia do ICG/ UFMG. Atua nas áreas da Geografia Cultural e Etnopolítica/Socioambientalismo. Coordenador do Projeto Promob na UFMG.
E-mail: jantoniosdeus@uol.com.br

Juliana Franchi da Silva
Graduação em Filosofia Licenciatura Plena pela Universidade Federal de Santa Maria-(UFSM), graduação em Ciências Econômicas-(UFSM), graduação em Ciências Sociais-(UFSM), graduação em Programa Especial de Grad. de Form. Professores (PEG)-(UFSM), Graduação em Gestão de Turismo-(UFSM); mestrado em Integração Latino - Americana-(UFSM) e mestrado em Ciências Sociais-(UFSM). Atualmente é doutoranda em Ciências Sociais pela Universidade Federal de Santa Maria.
Email: juliana.franchi@gmail.com

Lara Cristine Gomes Ferreira
Doutora em Geografia pela Universidade de Brasília (UnB). É Geógrafa e Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Atua na linha de pesquisa produção do espaço urbano e rural, com pesquisas relacionadas à Geografia agrária, econômica e agroecologia. Geógrafa do Laboratório de Estudos e Pesquisas das Dinâmicas Territoriais (LABOTER), do Instituto de Estudos Socioambientais (IESA/UFG).
E-mail: lara@ufg.br

Luana Isabel Klatt
Mestranda em Ciências Sociais na Universidade Federal de Santa Maria/RS-(UFSM). Graduação em Licenciatura em Ciências Sociais (UFSM). Pesquisadora junto ao Núcleo de Estudos Contemporâneos (NECON). Bolsista de Iniciação Científica de 2017 a 2019.
E-mail: luanaklatt09@gmail.com

Luci Mara Bertoni
Pedagoga, com Mestrado e Doutorado em Educação Escolar (UNESP). Pós - doutorado na Universidade de Brasília (UnB) e na Universidade de Santiago de Compostela (USC/Espanha). Professora Plena do Departamento de Filosofia e Ciências Humanas e Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Memória: Linguagem e Sociedade da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia - UESB - no campus de Vitória da Conquista. É líder do Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Gênero, Políticas, Álcool e Drogas – GePAD.
E-mail: profaluci@uesb.edu.br

Manuel Luís Tibério
Professor Auxiliar do Departamento de Economia, Sociologia e Gestão, Escola de Ciências Humanas e Sociais, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Licenciado em Engenharia Zootécnica, Mestre em Extensão e Desenvolvimento Rural, Doutor em

Ciências Humanas e Sociais, Especialidade Ciências Agro Sociais na Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Investigador do Centro de Estudos Transdisciplinares para o desenvolvimento (CETRAD). Áreas de investigação: Valorização dos recursos locais e desenvolvimento da agricultura familiar e territórios agro-rurais. Comercialização e valorização de produtos agro-alimentares, os sistemas alimentares locais, a inovação e os circuitos alternativos de comercialização, a gastronomia e o turismo.
E-mail: mtiberio@utad.pt

Marcela Alves Fonseca
Mestranda em Geografia pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), Graduado em Geografia pela Universidade Estadual de Montes Claros - MG (UNIMONTES). Membro do Instituto Socioambiental Flores. Membro voluntário do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Geografia Rural - NEPGeR. marcela.
E-mail: alvesfonsec@gmail.com

Maria Catarina Chitolina Zanini
Possui graduação em Curso de Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul- UFRGS, mestrado em Antropologia pela Universidade de Brasília- UnB, doutorado em Ciência Social (Antropologia Social) pela Universidade de São Paulo- USP e Pós-doutorado pelo Museu Nacional (MN-UFRJ). Professora Titular da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), vinculada aos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Programa de Pós-Graduação em História. Coordenadora do NECON/UFSM (Núcleo de Estudos Contemporâneos). Membro do Comitê de Iniciação Científica e de Inovação Tecnológica da UFSM. Pesquisadora Associada do NIEM-UFRJ (Núcleo de Estudos Migratórios). Pesquisadora Pq/CNpq, nível 2.
E-mail: zanini.ufsm@gmail.com

Maria Geralda de Almeida
Professora colaboradora do Núcleo de Pós-Graduação em Geografia, da UFS e, do Programa de Docente Voluntário no Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFG- Goiânia. É, também, profa visitante sênior do Procad, no Mestrado de Desenvolvimento Regional da Unifap-Macapá. Atua principalmente, em diversas áreas da Geografia Cultural. Foi a coordenadora do Projeto "Paisagens e desenvolvimento local: inventário, análise e estudo comparativo de Chibuto, Moçambique, e Goiás, Brasil" no período de 2014-2017, financiado pela AULP/CAPES para a Universidade Eduardo Mondlane em Chibuto- Moçambique.
E-mail: galmeida@ufg.br

Maria Vasile
Doutoranda em Antropologia no Institute of Cultural Anthropology and Development Sociology, Leiden University-Olanda
E-mail:m.vasile@fsw.leidenuniv.nl

Paulino Varela Tavares
Professor Dr. - Instituto Federal Farroupilha (IF Far) – Campus Júlio de Castilhos/RS. Doutor em Economia pelo Programa de Pós-Graduação em Economia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGE/UFRGS). Líder do GEPESI-CPLLP: Grupo de Estudos e Pesquisas Econômicas, Sociais e Institucionais da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa.
E-mail: paulino.tavares@iffarroupilha.edu.br

Ricardo José Batista Nogueira
Professor Titular do Departamento de Geografia e do Programa de Pós-Graduação em Geografia na Universidade Federal do Amazonas, Doutor pela Universidade de São Paulo, é autor dos livros Amazonas: um Estado ribeirinho., sobre o transporte fluvial na

Amazonia; Amazonas: A Divisão da monstruosidade Geográfica, que analisa os projetos de divisão territorial.
E-mail: nogueiraricardo@uol.com.br

Rosângela Oliveira Soares
Docente no Instituto Federal Farroupilha (IF Far) – Campus Júlio de Castilhos/RS, Brasil. Atualmente doutoranda em Desenvolvimento, Sociedades e Territórios da Escola de Ciências Humanas e Sociais (ECHS) e membro integrado não doutor do Centro de Estudos Transdisciplinares para o Desenvolvimento (CETRAD) da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro_UTAD/Portugal. Mestra em Desenvolvimento; Atua na linha de pesquisa redes alimentares alternativas, especialmente a relação consumidor & agricultor no contexto da Community-supported agriculture (CSA)
E-mail: rosangela.soares@iffarroupilha.edu.br

Sara Alves dos Santos
Possui graduação em Ciências Ambientais (2015), mestrado em Geografia (2018) e doutorado em andamento em Ciências Ambientais pela Universidade Federal de Goiás. Em 2014 participou de mobilidade estudantil pelo Projeto "Paisagens e desenvolvimento local: inventário, análise e estudo comparativo de Chibuto, Moçambique, e Goiás, Brasil".
E-mail: sara_santos@discente.ufg.br

Sônia de Souza Mendonça Menezes
Professora Associada do Departamento de Geografia da Universidade Federal de Sergipe. Coordenadora Adjunta do Programa de Pós-Graduação em Geografia. Doutorado, Mestrado realizados no PPGEO/UFS. Pós-doutorado realizado no IESA/UFG. É líder do Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Alimentos e Manifestações Tradicionais-GRUPAM/UFS/CNPq. Coordena o Projeto PROMOB:

Análise das novas territorialidades no espaço rural nos Estados de Sergipe, Minas Gerais e Goiás financiado pelo Edital CAPES/FAPITEC N° 10/2016 - PROMOB.
E-mail: soniamenezes@academico.ufs.br

Sônia Regina Romancini
Professora Titular da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Mestra em Educação pela UFMT. Doutora em Geografia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP). Membro do Instituto Histórico e Geográfico de Mato Grosso. Pesquisadora do Núcleo de Estudos em Espaço e Representações - NEER. Integrante do Grupo de Pesquisas em Geografia Agrária e Conservação da Biodiversidade (GECA). Dedica-se às pesquisas em Geografia Urbana e Geografia Cultural na Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá e na Amazônia Legal Mato-grossense.
E.mail: romancini.ufmt@gmail.com

Stéfanny da Cruz Nobrega
Licenciada em Geografia pelo Instituto de Estudos Socioambientais, da Universidade Federal de Goiás, com a defesa da monografia intitulada "Os Efeitos da Feira Agroecológica na UFG para a Soberania Alimentar: uma trajetória colaborativa". Atualmente Mestranda na mesma instituição, vinculada ao Laboratório de Estudos e Pesquisas das Dinâmicas Territoriais. Realiza pesquisas relacionadas à Geografia Agrária e Agroecologia. Documentalista da Comissão Pastoral da Terra (CPT - Nacional).
Email: stefanny.nobrega@discente.ufg.br

Vanessa Fonseca Ayres
Mestranda do Programa Sociedade, Ambiente e Território- UFMG/UNIMONTES. Bacharel em Administração e técnica em Meio Ambiente. Foi membro da comissão executiva da Articulação do

Semiárido Brasileiro (ASA) pelo estado de MG (2014- 2018), do Conselho Gestor da Cáritas Brasileira Regional MG (2016-2018). Professora mediadora presencial do curso técnico de secretaria escolar pelo Instituto Federal do Norte de Minas Gerais - Campus Almenara (2017-2018). Desde 2009 é membro do Núcleo de Pesquisa e Apoio à Agricultura Familiar (Núcleo PPJ) - UFMG e do Núcleo de Pesquisa em Geografia Rural (NEPGeR)
Email: vfayres@gmail.com

Wilyan Rodrigo Luciano
Licenciado em Geografia pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
E-mail: wilyanrodrigo@yahoo.com.br

CAPES

FAPITEC/SE
Fundação de Apoio à Pesquisa e à Inovação
Tecnológica do Estado de Sergipe

PPGEO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE