



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS/
INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR/ INSTITUTO DE TRÊS RIOS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS - PPGCS

DISSERTAÇÃO

**MERCADOS, REDES SOCIAIS E TERRITÓRIO:
O CASO DA FEIRA ORGÂNICA DO RIO DA PRATA-RJ**

FERNANDA DA SILVA FERREIRA

2017



UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS/
INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR/ INSTITUTO DE TRÊS RIOS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS - PPGCS

MERCADOS, REDES SOCIAIS E TERRITÓRIO:
O CASO DA FEIRA ORGÂNICA DO RIO DA PRATA-RJ

FERNANDA DA SILVA FERREIRA

Sob a Orientação da Professora

ANNELISE CAETANO FRAGA FERNANDEZ

Dissertação submetida como requisito parcial para
obtenção do grau de Mestre em Ciências Sociais, no
Curso de Pós-Graduação em Ciências Sociais.

SEROPÉDICA-RJ

AGOSTO, 2017

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

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

F386m Ferreira, Fernanda da Silva, 1992-
MERCADOS, REDES SOCIAIS E TERRITÓRIO: O CASO DA
FEIRA ORGÂNICA DO RIO DA PRATA-RJ / Fernanda da Silva
Ferreira. - Rio de Janeiro, 2017.
142 f.: il.

Orientadora: Annelise Caetano Fraga Fernandez.
Dissertação(Mestrado). -- Universidade Federal Rural
do Rio de Janeiro, Progrma de Pós-Graduação em Ciências
Sociais, 2017.

1. mercados orgânicos e agroecológicos. 2.
agricultura. 3. Maciço da Pedra Branca. I. Fernandez,
Annelise Caetano Fraga , 1967-, orient. II
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Progrma
de Pós-Graduação em Ciências Sociais III. Título.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS/
INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR/ INSTITUTO DE TRÊS RIOS
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS - PPGCS

FERNANDA DA SILVA FERREIRA

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Ciências Sociais**, no Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais. Área de concentração em Ciências Sociais.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 24 de agosto de 2017.

Prof^ª. Dr^ª. Annelise Caetano Fraga Fernandez – PPGCS/UFRRJ
(Orientadora)

Prof^ª. Dr^ª. Claudia Job Schmitt – CPDA/UFRRJ

Prof. Dr. Valter Lúcio de Oliveira – PPGS/UFF

Rio de Janeiro, 24 de agosto de 2017.



Emitido em 2023

TERMO Nº 593/2023 - PPGCS (12.28.01.00.00.91)

(Nº do Protocolo: NÃO PROTOCOLADO)

(Assinado digitalmente em 26/05/2023 10:49)
ANNELISE CAETANO FRAGA FERNANDEZ
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
DeptCS (12.28.01.00.00.00.83)
Matrícula: ###677#9

(Assinado digitalmente em 26/05/2023 11:46)
CLAUDIA JOB SCHMITT
PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR
DeptDAS (12.28.01.00.00.00.84)
Matrícula: ###328#1

(Assinado digitalmente em 29/05/2023 14:18)
VALTER LÚCIO DE OLIVEIRA
ASSINANTE EXTERNO
CPF: ###.###.008-##

Visualize o documento original em <https://sipac.ufrj.br/documentos/> informando seu número: **593**, ano: **2023**, tipo: **TERMO**, data de emissão: **26/05/2023** e o código de verificação: **0f9ea681da**

*À minha mãe, Maria Célia (em memória),
eterna companheira, sinônimo de amor e intensa saudade!*

AGRADECIMENTOS

Toda a trajetória do mestrado foi marcada por dificuldades de diferentes naturezas, mas que foram determinantes para o fortalecimento de laços afetivos, relações de confiança, companheirismo, exercícios de compreensão, dentre outros aprendizados.

A todas as pessoas que contribuíram nessa trajetória, deixo aqui o meu singelo agradecimento.

Primeiramente, agradeço a Deus por cuidar de cada detalhe e por colocar tanta gente incrível no meu caminho.

À minha orientadora, Annelise Fernandez, agradeço grandemente por me dar forças para continuar nas vezes que pensei em desistir, por acreditar em mim e por tudo o que fez, com muito carinho e dedicação. É muito mais do que professora e orientadora.

Agradeço, também, aos professores Valter Lúcio de Oliveira e Claudia Schmitt, por aceitarem fazer parte da banca de avaliação e pelas grandes contribuições para este trabalho.

Agradeço a cada um dos professores da trajetória acadêmica, em especial, Flávia Vieira, Carly Machado, Darlan Montenegro, Naara Luna e Marco Antônio Perruso, dentre outros, por compartilharem conhecimentos que vão além do currículo.

Aos colegas de curso, agradeço pelos momentos compartilhados, em especial, à Isis Souza, à Marcia Cristina Oliveira, ao Edson Souza e à Dayana Lelis pelo companheirismo e amizade.

Agradeço aos professores com os quais aprendo e ensino, por fazerem do trabalho um prazer; e a cada estudante que entrou na sala de aula disposto a confirmar o meu amor pela docência.

Agradeço aos meus familiares, em especial à minha mãe, Maria Célia (em memória), e ao meu pai, José Guaraci, por tudo o que representam para mim. Ambos são as pessoas mais incríveis e os grandes responsáveis pelos caminhos que escolhi trilhar. Sem eles, eu não chegaria até aqui. Ao meu irmão, Felipe, e à minha sobrinha, Ana Julia, agradeço por me motivarem na busca por dias melhores. À Manuela - uma irmã de sangue diferente -, agradeço por toda vivência e companheirismo. Às minhas tias e tios, em especial, a Maria da Glória e a Maria Aparecida, agradeço por me ajudarem sempre que precisei. Agradeço, também, aos meus primos e primas por todo apoio e incentivo; e aos meus avós, Neuza (em memória) e Saturnino.

Agradeço às amigas e aos amigos que me ampararam e motivaram em momentos difíceis, em especial, a Caroline, a Ana Carolina, a Amanda, a Cristiane, ao Evander, ao Lenon, ao Vitor e ao Guido Guida, pela solidariedade, compreensão, risadas e, dentre outras coisas, pelas conversas que acalantam e dão paz.

Agradeço especialmente ao Paulo, meu companheiro e maior incentivador, por me ajudar a lidar com as dificuldades e propiciar a realização de sonhos.

Por fim, mas não menos importante, agradeço a cada pessoa que contribuiu diretamente para a elaboração deste trabalho: Dona Dalila, Sônia, Tião, Seu Arnaldo, Claudino, Madalena, Dona Sampaia, Rita, Edinho, Graciano, Sílvia, Bernadete, dentre outros. Enorme gratidão pela atenção, paciência e aprendizado.

RESUMO

FERREIRA, Fernanda da Silva. **Mercados, redes sociais e território: o caso da Feira Orgânica do Rio da Prata-RJ**. 2017. 142p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Instituto Multidisciplinar, Instituto de Três Rios, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2017.

A presente pesquisa visa compreender a construção social da Feira Orgânica do Rio da Prata, localizada na Zona Oeste do município do Rio de Janeiro, de maneira contextualizada com as atuações em meio a redes de mobilização política e associativismo de agricultores. Buscamos entender como esse mercado traduz as estratégias de resistência da pequena produção agrícola encontrada na vertente do Rio da Prata, no Maciço da Pedra Branca, diante de um quadro de invisibilidade da agricultura na Zona Oeste da cidade. A feira permite pensar os significados e representações que são projetados sobre o território, na perspectiva dos atores locais. Com o foco voltado para as relações sociais, discute-se a inserção de pequenos produtores do Rio da Prata em mercados orgânicos e agroecológicos; e os atores envolvidos na construção e ampliação desses mercados no Rio de Janeiro. O acesso a esses mercados e a articulação política dos agricultores, em meio a redes sociais, instituições, movimentos sociais e organizações não-governamentais, têm contribuído para uma crescente notoriedade dos mesmos. Estes, dessa maneira, tornaram-se porta-vozes dos demais produtores da localidade. E, com base em suas experiências em feiras na Zona Sul e Oeste da cidade, criaram a Feira Orgânica do Rio da Prata, nos limites da maior unidade de conservação em área urbana do mundo. Ao reconstituir o processo de criação da referida feira, de maneira relacionada às ações desenvolvidas em meio às redes sociais, podemos compreendê-la como uma estratégia de resistência da agricultura familiar e um modo de enfrentar a invisibilidade, projetando no espaço uma representação do território agrícola, aliado à preservação do meio ambiente. Os métodos utilizados envolvem a observação participante nas atividades da feira, festividades e outros fóruns, além de entrevistas orais semiestruturadas com os envolvidos. São incluídos, também, materiais produzidos pelo grupo e artigos publicados em periódicos acadêmicos, jornais e revistas de ampla circulação. Por fim, as referências bibliográficas privilegiaram temas como mercados de orgânicos, agroecologia, redes sociais, agricultura familiar, campesinato, território e resistência.

Palavras-chave: mercados orgânicos e agroecológicos, agricultura, Maciço da Pedra Branca.

ABSTRACT

FERREIRA, Fernanda da Silva. **Construção social de mercados, redes sociais e território: o caso da Feira Orgânica do Rio da Prata-RJ.** 2017. 142p Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Instituto Multidisciplinar, Instituto de Três Rios, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2017.

The present research aims to understand the social construction of the Organic Fair of Rio da Prata, located in the west zone of the municipality of Rio de Janeiro, in a contextualized way with the actions in the midst of networks of political mobilization and associations of farmers. We seek to understand how this market reflects the strategies of resistance of small agricultural production found on the slopes of the Rio da Prata, in the Massif da Pedra Branca, in the face of an invisibility of agriculture in the West Zone of the city. The fair allows us to think about the meanings and representations that are projected on the territory, from the perspective of local actors. With a focus on social relations, it is discussed the insertion of small producers in Rio da Prata in organic and agroecological markets; and the actors involved in the construction and expansion of these markets in Rio de Janeiro. Access to these markets and the political articulation of farmers, through social networks, institutions, social movements and non-governmental organizations, have contributed to their growing notoriety. In this way, they became spokespersons for other producers in the region. And based on their experiences at fairs in the south and west of the city, they created the Organic Fair of the Rio da Prata, within the limits of the largest urban conservation unit in the world. By reconstituting the process of creating the aforementioned fair, in a manner related to the actions developed in the midst of social networks, we can understand it as a strategy of resistance of family farming and a way of facing invisibility, projecting a representation of agricultural territory in space, combined with the preservation of the environment. The methods used involve participant observation in the fair's activities, festivities and other forums, in addition to semi-structured oral interviews with those involved. Also included are materials produced by the group and articles published in academic journals, newspapers and magazines with wide circulation. Finally, bibliographic references favored topics such as organic markets, agroecology, social networks, family farming, peasantry, territory and resistance.

Keywords: organic and agroecological markets, agriculture, Pedra Branca Massif.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Limites do Parque Estadual da Pedra Branca e seu entorno urbano.....	8
Figura 2 – Mapa de Geolocalização das feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas.....	31
Figura 3 – Identidade visual da Feira Orgânica/ Agroecológica de Campo Grande.....	41
Figura 4 – Identificação das barracas da Feira de Campo Grande.....	42
Figura 5 – Feira Orgânica Agroecológica de Campo Grande e seus parceiros.....	43
Figura 6 – Assembleia geral da Agroprata, realizada na sede da associação.....	46
Figura 7 – Seminário realizado na Feira Agroecológica de Campo Grande.....	53
Figura 8 – Vista do Sítio Farol da Prata.....	62
Figura 9 – Ilustração do Sertão Carioca feita por Armando Magalhães Corrêa (1933).....	63
Figura 10 - Vinagre de caqui.....	68
Figura 11 – Segunda edição da Festa do Caqui	75
Figura 12 – Terceira edição da Festa do Caqui.....	78
Figura 13 – Quarta edição da Festa do Caqui	81
Figura 14 – Apresentação das barracas da Feira Orgânica do Rio da Prata.....	93
Figura 15 – Barraca de produtos orgânicos trazidos de outras regiões e estados.....	93
Figura 16 – Barracas dos produtos locais e legumes trazidos do Brejal	94
Figura 17 – Parquinho para as crianças.....	95
Figura 18 – Café da Roça.....	95
Figura 19 – Projeto Aggros, desenvolvido junto aos agricultores da Agroprata.....	98
Figura 20 – Enactus Brasil recebendo o prêmio do projeto Agroprata	99
Figura 21 – Guarita do Parque Estadual da Pedra Branca – vertente Rio da Prata.....	101

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas e instituições gestoras	29
Tabela 2 – Mercados acessados pelos Agricultores da Agroprata	45
Tabela 3 – Parceiros na criação da Feira do Rio da Prata	96

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Circuitos de comercialização de produtores do Rio da Prata.....	44
--	----

LISTA DE ABREVIACOES E SIGLAS

AARJ	Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro
ABIO	Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro
AGROPRATA	Associação de agricultores orgânicos do Rio da Prata
AGROVARGEM	Associação de Agricultores de Vargem Grande
ALCRI	Associação de Lavradores e Criadores de Jacarepaguá
ANPOCS	Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais
AS-PTA	Assessoria e Servios a Projetos em Agricultura Alternativa
AULA	Associação Universitária Latino Americana
CCFO	Circuito Carioca de Feiras Orgânicas
CEFET-RJ	Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca
CONSEA	Conselho Nacional de Segurana Alimentar e Nutricional
COONATURA	Associação Harmonia Ambiental COONATURA
DAP	Declaração de Aptidão ao PRONAF
ECO-92	Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento
EMATER-RIO	Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado do Rio de Janeiro
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IEF	Instituto Estadual de Floresta
INEA	Instituto Estadual do Ambiente
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
MDA	Ministério do Desenvolvimento Agrário
MEC	Ministério da Educação

ONG	Organização Não Governamental
PAA	Plano de Aquisição de Alimentos
PEPB	Parque Estadual da Pedra Branca
PNAE	Plano Nacional da Alimentação Escolar
PPGCS	Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais
PROEXT-PEDRA BRANCA	Projeto de Extensão da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
PRONAF	Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
REDE CAU	Rede Carioca de Agricultura Urbana
SAF	Sistema Agroflorestal
SPG	Sistema Participativo de Garantia Orgânica
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UFRRJ	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Sumário

INTRODUÇÃO	1
Objeto e Objetivos	13
Justificativa.....	14
Metodologia.....	15
CAPÍTULO I: A CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS ORGÂNICOS/ AGROECOLÓGICOS NA PERSPECTIVA DE REDES SOCIAIS	21
1.1.Os mercados e as redes sociais	22
1.1.1. Redes e atores na construção de mercados orgânicos/ agroecológicos no Rio de Janeiro	26
1.2. Atores locais e as feiras de Campo Grande	31
1.2.1. A escolha dos mercados	44
1.3. O “orgânico” e o “agroecológico” em questão.....	50
CAPÍTULO II: PENSANDO OS MERCADOS ALTERNATIVOS COMO EXPRESSÕES DE TERRITORIALIDADE E RESISTÊNCIA	57
2.1. Caracterização do território e das ações de resistência.....	57
2.1.1. O Rio da Prata como território reivindicado	60
2.2 Sujeitos territoriais, relações econômicas e tradições locais	67
2.2.1. A Festa do Caqui	69
CAPÍTULO III: A FEIRA ORGÂNICA DO RIO DA PRATA: SOCIABILIDADES, APROPRIAÇÃO DO TERRITÓRIO E EXPRESSÃO DE RESISTÊNCIA	87
3.1. A criação da feira.....	87
3.1.1. Os atores envolvidos.....	96
3.1.2. A escolha do local.....	100
3.2. Representações, valores e significados.....	103
CONSIDERAÇÕES FINAIS	105
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	108
APÊNDICE	125
ANEXOS	127
Anexo I – Comunicação da Agroprata acerca da cisão na Feira Orgânica de Campo Grande	127
Anexo II – Poema Rio da Prata, escrito por Alice Alves Franco	128

INTRODUÇÃO

O estudo sobre os mercados agroalimentares vem ganhando espaço no âmbito das Ciências Sociais. Isso porque os mercados estão imersos em uma realidade social e permitem a compreensão acerca das características de determinados grupos, assim como exercem influências sobre a vida das pessoas.

Essa temática tem sido abordada a partir de uma nova perspectiva. Até o final da década de 1980, as análises centravam-se nas relações de oferta e demanda, em preços, concorrência e produtos. Atualmente, ganham destaque o debate sobre a proximidade dos mercados, a qualidade do produto, as alternativas aos mercados convencionais e a importância da relação entre produtor e consumidor.

Deve-se notar que existe um consenso em torno da ideia de que a viabilidade da agricultura depende da sua relação com o mercado. Já a compreensão sobre o que é o *mercado* não é consensual, pois abre margem para diversas interpretações.

Muitas vezes, os mercados transparecem como expressão que remete a uma entidade abstrata, com valores e motivações próprios, capazes inclusive de prever o comportamento social. O mercado aparece como um ente exterior que precisa ser ouvido, respeitado e, por vezes, acalmado. Em outras ocasiões, a noção adquire um sentido mais concreto, revelando-se um espaço de interação onde ocorrem trocas, diálogos, negociação, conflito, compra e venda. Este é o caso das feiras, das mercearias, dos supermercados e das casas comerciais, etc. Seja qual for o entendimento, os mercados possuem importância crucial na vida das pessoas, contribuindo para definir amplas esferas da organização social, política e cultural das sociedades (SCHNEIDER *et al*, 2016, p. 11)

Diante das variações de significados atribuídos aos mercados, tal categoria é comumente utilizada no plural pela sociologia econômica. Neste campo, uma das principais contribuições teóricas¹ remete a Polanyi (2000 *apud* SCHNEIDER *et al*, 2016), por romper com a ideia de que economia e relações sociais são universos “alheios”. Para o autor, os mercados são produtos de relações sociais dinâmicas.

Já Granovetter (1985 *apud* WILKINSON, 2016), grande responsável por retomar os estudos de Polanyi (2000 *apud* SCHNEIDER *et al*, 2016), considera que todos os tipos de mercados recebem influências de relações sociais e só podem ser caracterizados a partir das

¹ Não é a intenção apresentar uma revisão das diferentes vertentes da sociologia econômica que discutem o mercado, pois existem trabalhos brilhantes que dão conta dessas questões (ver Wilkinson, 2008; 2016).

mesmas. Na perspectiva deste autor, ganha destaque o papel das redes sociais na seleção de informações, possibilidades de trocas e relações de confiança.

De acordo com Wilkinson (2016), grande parte do pensamento corrente apresenta uma polarização entre dois blocos: os mercados convencionais, de um lado; e, do outro, os mercados alternativos; com forte influência das análises de Polanyi (2000 *apud* SCHNEIDER *et al*, 2016) sobre as formas alternativas das relações econômicas, as quais estão baseadas em ideais de reciprocidade que inspiraram a economia solidária.

Nessa ótica, os mercados alternativos são apresentados também como mercados locais, onde as lógicas de funcionamento não são, necessariamente, orientadas para a obtenção de lucro. Isto é, nestes, o lucro é uma consequência e não o objetivo principal; diferentemente dos mercados convencionais, cujas relações econômicas visam a maximização do lucro.

Ao contrário dos mercados convencionais, nos alternativos há uma maior preocupação com as condições locais da produção, remetendo a uma dimensão mais politizada. Assim, podem assumir significados que os aproximam dos novos movimentos sociais econômicos, conferindo-lhes um caráter de reivindicação social. Além disso, são apresentados como potenciais aliados do desenvolvimento rural.

De fato, mercados convencionais e alternativos apresentam singularidades e são orientados por ideologias distintas, mas não são mundos hostis (ZELIZER, 2005), na medida em que as regras de funcionamento de cada um desses circuitos (certificações, qualidade, padrões de funcionamento, preços, etc.) podem contaminar um ao outro.

Sendo o acesso ao mercado um aspecto importante para a manutenção da atividade agrícola em pequena escala, no caso do Rio de Janeiro, a existência da agricultura na cidade vem sendo discutida junto ao movimento agroecológico, onde são elaboradas alternativas mais viáveis e justas para os pequenos produtores em suas relações econômicas. Tais medidas acenam para a construção de feiras locais, onde são comercializados os produtos orgânicos em diferentes bairros da cidade.

Com a introdução do produto orgânico em mercados convencionais (em redes de supermercados e lojas, por exemplo), as condições de aquisição desse alimento foram facilitadas. Porém, para os pequenos produtores, são colocadas diversas dificuldades de fornecimento, tais como exigências de quantidade, sazonalidade, aparência do produto, condições de transporte, preços, formas de pagamento etc.

Diante disso, ficou ainda mais claro que a melhor alternativa para a pequena produção agrícola são os chamados circuitos curtos, considerados como uma forma de comercialização mais vantajosa para os pequenos e médios produtores, por visar à diminuição da distância

entre produtor e consumidor, valorizar a produção local e propor outros princípios de relações, questionando o modelo convencional (BAVA, 2011).

Acrescenta-se o fato de que o sistema agroalimentar convencional está associado a uma série de problemas socioambientais. Dentre eles, podemos citar a contaminação de alimentos e meio ambiente pelo uso de agrotóxicos e fertilizantes; o impacto negativo sobre a saúde de produtores e consumidores; a diminuição da biodiversidade; o abandono de práticas e saberes tradicionais dos agricultores; o aumento do êxodo e da pobreza rural; dentre outros (SARANDON, 2009 *apud* ABREU *et al*, 2012, p. 145).

No que tange a construção de circuitos curtos, os estudos mais recentes destacam a agência de agricultores e sua autonomia na elaboração de estratégias, em face dos vínculos sociais e características dos territórios nos quais se encontram.

De encontro a essas perspectivas, buscamos entender a construção social da Feira Orgânica do Rio da Prata, realizada na Zona Oeste do município do Rio de Janeiro, no bairro de Campo Grande, nos limites da maior unidade de conservação em área urbana do mundo – a saber, o Parque Estadual da Pedra Branca (PEPB)². O foco do estudo está voltado para a agência dos agricultores, suas relações sociais e o território.

A referida feira foi criada em setembro de 2014 pelos agricultores da Associação de Agricultores Orgânicos da Pedra Branca (Agroprata³), juntamente com outras organizações, em um espaço privado, o Sítio Farol da Prata. Nos termos de Raffestin (1983), podemos pensá-la como um sistema sêmico, que expressa uma territorialidade, isto é, o modo como o território é apropriado pelos diferentes atores.

Consideramos que as representações do território são importantes para a compreensão da feira e de seus significados, pois a partir da atuação de um conjunto de atores, vistos como atores sintagmáticos (RAFFESTIN, 1983), projeta-se no espaço um território desejado.

² O Parque Estadual da Pedra Branca, criado pela Lei Estadual nº 2.377 (de 28 de junho de 1974), abrange uma parcela significativa do município do Rio de Janeiro. São englobados 17 bairros da Zona Oeste do Rio de Janeiro: Jacarepaguá, Taquara, Camorim, Vargem Pequena, Vargem Grande, Recreio dos Bandeirantes, Grumari, Padre Miguel, Bangu, Senador Camará, Jardim Sulacap, Realengo, Santíssimo, Campo Grande, Senador Vasconcelos, Guaratiba e Barra de Guaratiba. Com área de aproximadamente 12.492 hectares, o parque foi criado com o intuito de preservar a biodiversidade da Mata Atlântica, mananciais hídricos, construções históricas, ruínas e sítios arqueológicos, além de servir como espaço de lazer e de pesquisas científicas (Fonte: INEA).

³ No ato de sua criação em 2003, foi denominada Associação de Agricultores Orgânicos da Pedra Branca, posteriormente, seus membros decidiram renomeá-la, informalmente, como Agroprata.

De modo geral, em meio a essas relações é contada a história de resistência da pequena produção agrícola no Maciço⁴ da Pedra Branca (FERNANDEZ, 2009; BAPTISTA, 2014; PRADO, 2012; OLIVEIRA, 2016) e as suas formas de existir em uma unidade de conservação em área urbana.

Especificamente, com esta pesquisa, buscamos perceber como as estratégias de resistência da pequena produção agrícola na vertente do Rio da Prata se apresentam ao longo do processo de construção da feira. Assim, entendemos que o acesso ao mercado se traduz como uma forma de luta pelo território, de fazer conhecer e reconhecer (BOURDIEU, 2006) a agricultura familiar no espaço da cidade.

Apesar do predomínio de representações urbanas, a região onde se encontram esses produtores, historicamente, teve um papel importante no abastecimento da cidade com hortifrutigranjeiros e ainda hoje mantém espaços agricultáveis. A resistência da ocupação de caráter rural-agrícola no Maciço da Pedra Branca se faz diante de inúmeras dificuldades, tais como a transformação do mesmo em PEPB, conforme demonstrou Fernandez (2009, p. 3) ao descrever: “o quadro de desinteresse do poder público em fomentar atividades agrícolas e o predomínio de um imaginário social de afirmação do urbano e de inexistência da agricultura na cidade do Rio de Janeiro”.

Em outras palavras, essa resistência se traduz através do associativismo dos agricultores; do estabelecimento de parcerias em meio a redes sociais; da reorganização dos cultivos com bases agroecológicas, estimulada por mediadores; da participação no conselho consultivo do PEPB e em outros fóruns; aspectos esses que configuram formas de participação política do grupo.

De encontro aos estudos do campo da sociologia econômica, ressaltamos a importância de pensar a resistência da agricultura familiar através da sua relação com o mercado.

No caso dos sujeitos da pesquisa, antes da criação da primeira feira orgânica da Zona Oeste, alguns agricultores da região do Rio da Prata estavam inseridos em feiras convencionais⁵, forneciam seus produtos para atravessadores ou comercializavam em pontos de venda próximos às residências.

⁴ “Maciço é a denominação utilizada para um conjunto de montanhas dispostas em torno de um ponto culminante. O Maciço da Pedra Branca abriga o ponto mais alto da cidade, o Pico da Pedra Branca, com 1.024 m de altitude” (OLIVEIRA, 2016).

⁵ Souza (2017, p. 13) descreveu que as feiras convencionais foram as primeiras a funcionarem na cidade do Rio de Janeiro. A maior parte dos produtos comercializados correspondem à hortifrutigranjeiros, gerados por meio de uso intensivo de insumos sintéticos, tais como fertilizantes e agrotóxicos.

Ao passarem por um projeto de conversão orgânica, realizado pela ONG Roda Viva⁶⁷, os mesmos expressaram a vontade de acessar um mercado específico para produtos orgânicos. Assim, em parceria com o Sindicato Rural e a Emater, criaram a Feira Orgânica de Campo Grande⁸. A criação deste mercado não resultou na superação de problemas inerentes a comercialização de alimentos orgânicos, tampouco está próxima de alcançar esse feito. Mas contribuiu para conferir visibilidade para a agricultura familiar encontrada nessa área menos nobre da cidade, onde se encontra um público ainda pouco sensibilizado para a questão do alimento orgânico.

Conforme demonstrou Schultz (2006), a relação com o mercado exerce influência sobre a percepção dos produtores a respeito de suas identidades. A disseminação da produção orgânica, por exemplo, permitiu a ressignificação da identidade de agricultor, agregando valor aos produtores e aos produtos. Essa nova identidade abriu espaço também para a consolidação de mercados específicos. Mas, além dessa questão identitária, destacamos também outras formas de pertencimento que são afirmadas como meio de legitimação do grupo, como é o caso da identidade socioprofissional de agricultor familiar e a de camponês.

Ao falarmos em agricultura familiar e campesinato no espaço da cidade, estamos considerando um amplo e extenso debate conceitual, sobre o qual não nos prolongaremos. Cabe definir a forma como nos apropriamos desses conceitos, fazendo uso das reflexões propostas por Carneiro (1998) e Wanderley (1996).

Em uma definição breve, a agricultura familiar caracteriza-se por um núcleo de produção que relaciona família, terra e trabalho (CARNEIRO, 1998). Sendo assim, para ter uma agricultura familiar não é necessário o desempenho do trabalho agrícola por toda a família, mas sim a manutenção de estratégias familiares para a manutenção da terra e da atividade agrícola. Por vezes, é possível encontrar apenas uma pessoa da família trabalhando diretamente com a terra, enquanto outros componentes do núcleo familiar exercem atividades econômicas de naturezas distintas.

⁶ A ONG Roda Viva não tem um perfil de atuação voltado para atividades agrícolas. O projeto desenvolvido pela ONG Roda Viva junto aos produtores da Agropрата foi intermediado por uma participante da ONG que realizava atividades sobre a qualidade da água dos rios com jovens da região. Ao entrar em contato com os produtores locais, sensibilizou-se com as condições de vida e propôs a elaboração de um projeto desenvolvido pela mesma ONG, mas com recursos repassados pela ONG *Rockefeller* (FERNANDEZ, 2009; LEAL, 2005).

⁷ De acordo com o folheto de divulgação do projeto da Ong Roda Viva, divulgado em julho de 2002, dezenove agricultores passaram por este processo de formação em produção orgânica (FERNANDEZ, 2009, p. 307).

⁸ Alguns desses agricultores, a despeito da produção orgânica e comercialização em mercados específicos, mantiveram seus pontos de comercialização em feiras convencionais.

Deve-se notar que o termo agricultura familiar abarca um conjunto de trajetórias e formas de reprodução social que são mais amplas do que aquelas contidas na categoria campesinato⁹. Segundo Wanderley (1996), a forma como o conceito de agricultura familiar vem sendo trabalhado no Brasil remete a um novo personagem, diferente do camponês tradicional¹⁰. Para a autora,

A agricultura camponesa tradicional vem a ser uma das formas sociais de agricultura familiar, uma vez que ela se funda sobre a relação [...] entre propriedade, trabalho e família. No entanto, ela tem particularidades que a especificam no interior do conjunto maior da agricultura familiar e que dizem respeito aos objetivos da atividade econômica, às experiências da sociabilidade e à forma de sua inserção na sociedade global (WANDERLEY, 1996, p. 3).

A designação de agricultura familiar, amplamente utilizada em substituição ao conceito de campesinato, após o período ditatorial, acena para uma categoria profissional cujo uso foi propagado pelo Estado Brasileiro, especialmente a partir da década de 1980. Além disso, trata-se também de uma identidade mais assimilada por parte dos agricultores do que a de camponês, atualmente.

É importante ressaltar que existem continuidades entre o campesinato e a agricultura familiar. Como exemplo, podemos citar que em movimentos de agroecologia fala-se de uma agricultura de base camponesa, onde a racionalidade do acúmulo de capital não consiste em um objetivo principal. Isto é, mesmo que o ato de plantar não esteja dissociado do ato de vender, atribui-se maior importância para o local de venda, quem vende, o cuidado com a saúde alimentar e com o meio ambiente, dentre outras questões. Nesse sentido, confere-se ao ato de plantar uma dimensão politizada¹¹. Associada a isso está a história de resistência da agricultura de base camponesa.

Nos termos de Wanderley (1996, p. 6):

a agricultura camponesa é, em geral, pequena, dispõe de poucos recursos e tem restrições para potencializar suas forças produtivas; porém, ela não é

⁹ Historicamente, este conceito remete às sociedades tradicionais. Para Wanderley (1996, p. 7) “o campesinato, mesmo tendo perdido a significação e a importância que tinha nas sociedades tradicionais, continua a se reproduzir nas sociedades atuais integradas ao mundo moderno”.

¹⁰ O camponês tradicional é caracterizado por “uma relativa autonomia face à sociedade global; a importância estrutural dos grupos domésticos; um sistema econômico de autarcia relativa, uma sociedade de interconhecimentos e a função decisiva dos mediadores entre a sociedade local e a sociedade global” (MENDRAS, 1976 *apud* WANDERLEY, 1996, p. 3).

¹¹ Nessa direção estão voltadas as práticas de vendas diretas, os circuitos curtos, o alimento limpo, as relações de confiança, a política territorial em vez da política setorial, as sociabilidades, a relação campo-cidade etc.

camponesa por ser pequena, isto é, não é a sua dimensão que determina sua natureza e sim suas relações internas e externas.

Além dessas categorias, torna-se cada vez mais proeminente entre os sujeitos da pesquisa a discussão sobre a agricultura urbana, que vem sendo afirmada a partir da atuação de movimentos de agroecologia na cidade do Rio de Janeiro. Sobretudo, através da atuação da Rede Carioca de Agricultura Urbana¹² – juntamente com outros coletivos e atores sociais – busca-se resgatar o histórico de ocupação agrícola da cidade e afirmar a persistência dessa prática em uma configuração urbanizada. Essa nova identidade busca interferir em políticas públicas¹³ restritivas, dentro das quais as novas configurações da agricultura familiar não são reconhecidas em termos legais¹⁴.

Prado (2012), em seu estudo realizado em meio à produção orgânica e agroecológica encontrada no Maciço da Pedra Branca, demonstrou que a agricultura familiar é mais do que um modo de produção, pois expressa um modo de vida. Fernandez e Baptista (2014), observaram que suas características variam de acordo com os contextos nos quais é produzida, devido a sua capacidade de se reinventar diante das configurações dos territórios.

Na vertente do Rio da Prata, do Maciço da Pedra Branca, são destacados dois aspectos que caracterizam a agricultura: a baixa diversificação de produtos e a baixa adesão das novas gerações ao trabalho agrícola. Esses aspectos refletem o cenário mais amplo do Maciço e podem ser explicados por diversos fatores, que vão desde as limitações do espaço e restrições impostas pela criação do PEPB, até as imposições do mercado.

¹² A Rede Carioca de Agricultura Urbana, consolidada em 2009, pretende ser um coletivo que engloba associações, instituições, organizações, grupos e indivíduos engajados na luta pela agricultura nas cidades, agroecologia e temas afins. A questão do pertencimento à rede, contudo, é um permanente processo de construção e reconstrução, de acordo com as agendas, necessidades de representação etc. Segundo Prado (2012, p. 63), “A Rede Carioca de Agricultura Urbana funciona como um espaço que busca a valorização das práticas dos agricultores e da incorporação crescente de princípios agroecológicos em seus manejos agrícolas. Essa articulação tem sido construída a partir de diversos encontros entre agricultores e agentes sociais ligados à Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro [...]”.

¹³ Como exemplo de ações de reivindicações de políticas públicas voltadas para a agricultura, foi articulado um grupo, formado por representantes da Rede Carioca de Agricultura Urbana, da AS-PTA (Projeto Semeando Agroecologia), do Profito (Farmanguinhos/Fiocruz), da Rede Ecológica (grupo de compras coletivas de produtos orgânicos), em parceria com os agricultores do Maciço da Pedra Branca, que ficou conhecido como Mutirão Pró-DAP. Neste, buscou-se identificar os agricultores com possibilidades de acessarem a Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP) – documento que possibilita o acesso às políticas de compras governamentais. O diagnóstico das propriedades e o enquadramento urbano foram aspectos restritivos para muitos produtores.

¹⁴ Entendendo a DAP como um documento que legitima a agricultura familiar, tem-se como critérios legais: “Conforme a Lei nº 11.326/2006, é considerado agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, possui área de até quatro módulos fiscais, mão de obra da própria família, renda familiar vinculada ao próprio estabelecimento e gerenciamento do estabelecimento ou empreendimento pela própria família. Também são considerados agricultores familiares: silvicultores, aquicultores, extrativistas, pescadores, indígenas, quilombolas e assentados da reforma agrária” (MDA, 2016 – disponível em: <<http://www.mda.gov.br/sitemda/noticias/o-que-%C3%A9-agricultura-familiar>>, acesso em jun, 2017).

No Rio da Prata, dois produtos assumem grande relevância na composição da renda das famílias, podem ser encontrados em maior quantidade, demandam pouco manejo e emprego de mão de obra: são eles a banana e o caqui. Ademais, outros produtos também são cultivados, com vistas para o autoconsumo e comercialização.

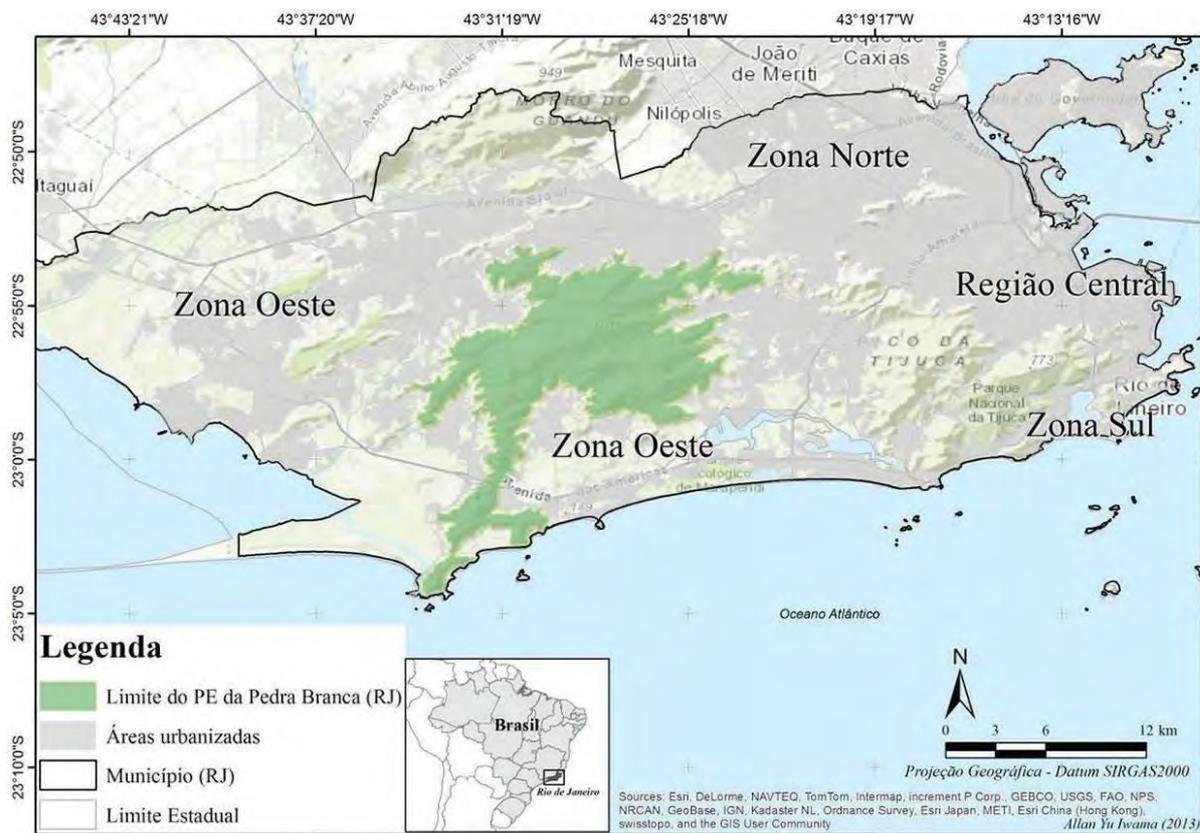
Na década de 1930, Armando Magalhães Corrêa (1933) já falava em seu livro *Sertão Carioca* da presença de “bananicultores” na região do Maciço da Pedra Branca, demonstrando que a especialização da produção é anterior às limitações impostas pela criação da unidade de conservação, sendo muito mais uma definição de mercado. A obra demonstra também que a região passou por diferentes ciclos econômicos, como a produção de café, de laranja, as carvoarias etc.

Os dados históricos sobre a ocupação agrícola do Maciço e a transformação de uma parcela significativa deste em unidade de conservação podem ser encontrados em diversos estudos e excedem os nossos objetivos. Diante da necessidade de estabelecer um recorte espacial e temporal, dedicamos maior atenção para a vertente do Rio da Prata e aos fatores colocados sobre a permanência dos sistemas produtivos e dos modos de vida dos produtores após a criação do PEPB.

A criação da unidade de conservação insere um conjunto de restrições e desafios à manutenção de modos de vida agrícolas. Pensar a relação com o PEPB é relevante no estudo sobre a Feira Orgânica do Rio da Prata, pois grande parte da produção é feita na área protegida, assim como a própria feira é realizada próxima aos limites da unidade de conservação.

Na Figura 1, pode-se perceber a predominância de áreas urbanizadas sobre a área verde, englobada pela unidade de conservação.

Figura 1 – Limites do Parque Estadual da Pedra Branca e seu entorno urbano



Fonte: IWAMA & PELLIN, 2014.

Antes da criação do PEPB, muitos agricultores das partes baixas do Maciço foram obrigados a vender suas terras por pressões do capital ou ameaças. Mas a história de resistência da agricultura ali encontrada remete a existência na região de ligas camponesas que lutavam pelas terras. Santos (2006) demonstrou que durante as décadas de 1950 e 1960, quando a expansão urbana estava em pleno avanço sobre a antiga zona rural, ligas camponesas, compostas por produtores de diferentes vertentes do Maciço, enfrentaram violentos conflitos na luta pela terra.

De acordo com Fernandez (2014, p. 5), “neste processo de luta, o termo *camponês* foi outra categoria política apropriada pelos lavradores cariocas e lhes permitia identificarem-se como aqueles que lutavam pelo direito à terra e que faziam parte das ligas camponesas”. A autora ressalta que a inserção de agricultores cariocas em processos de luta das ligas camponesas, cuja atuação ficou marcada em diversos estados do Brasil – sobretudo no Nordeste –, apresenta uma singularidade no caso fluminense “pois na base dos conflitos está não o latifúndio e o ‘atraso’, mas o processo de urbanização” (*ibidem*).

Se, por um lado, o avanço urbano fez recuar a pequena produção agrícola da região, por outro, a criação da unidade de conservação introduz conflitos de outra ordem. Com a

criação do PEPB, em 1974, foram impostas diversas restrições sobre as formas tradicionais de ocupação e uso do solo.

Alguns dos agricultores que ali haviam se estabelecido com suas culturas, permaneceram e progressivamente tiveram que adaptar suas atividades produtivas às restrições crescentes impostas pelos órgãos ambientais responsáveis pela administração do PEPB. Podem ser citadas: a proibição de roçar os terrenos, de fazer queimadas, de expandir as áreas cultivadas, de fazer melhoria nos caminhos ou utilizar meios de transporte mais modernos. O Maciço da Pedra Branca produz, por exemplo, banana e caqui em escala comercial e toda a produção é transportada ainda hoje pelos burros que sobem e descem seus caminhos íngremes. Tais restrições tornam a atividade agrícola no Maciço ainda mais penosa e limitam as possibilidades de expansão da produção ou de introdução de novos cultivos (FERNANDEZ, 2009, p. 27-8).

O estudo que legitimou a criação da unidade de conservação reconhece uma agricultura incipiente, que não consegue fazer frente ao crescente processo de urbanização. Fernandez (2009, p. 224-5) descreve que os efeitos da criação do PEPB sobre a agricultura local são contraditórios, pois a prática agrícola é vista pelos atores locais como a grande responsável pela manutenção da área protegida. Mas, o Estado, orientado por concepções conservacionistas, criminaliza as atividades exercidas pelos agricultores por parte dos agentes ambientais¹⁵.

Além das limitações impostas pelo Instituto Estadual do Ambiente (INEA)¹⁶, órgão responsável pela gestão da unidade de conservação, a invisibilidade da agricultura¹⁷ expressa pelo Plano Diretor da cidade, dificulta o acesso a políticas públicas voltadas para a agricultura familiar, agravada pelo abandono do poder público e sucateamento de agências extensionistas, como a Emater-Rio.

Em síntese, se por um lado a criação do PEPB explicita ideais conservacionistas (FERNANDEZ, 2009), que visam à construção de espaços de lazer urbano e, também, de preservação da natureza, ainda muito influenciados pelo “mito da natureza intocada” (DIEGUES, 2002), apostando na incompatibilidade entre conservação da natureza e permanência humana; por outro lado, é possível observar uma recente mudança nos

¹⁵ Como um exemplo da relação de conflito socioambiental, alguns agricultores foram notificados pelo órgão gestor do parque e coagidos a assinar documentos de ciência dos impedimentos quanto ao uso dos recursos naturais nos limites do PEPB.

¹⁶ Outrora Instituto Estadual de Floresta (IEF), transformado, em janeiro de 2009, em Instituto Estadual do Ambiente (INEA).

¹⁷ Frente a esse cenário de invisibilidade e restrições, ganha força o movimento de agricultura urbana, através da articulação de redes sociais, a fim de buscar políticas públicas que atendam às particularidades dessa agricultura que se faz em meio à cidade.

discursos¹⁸ da gestão vigente da unidade de conservação, admitindo – ainda de modo incerto – a presença da agricultura¹⁹ e concebendo a possibilidade desta ser aliada na conservação ambiental.

Nesse contexto, a criação da Feira do Rio da Prata nos permite pensar as estratégias do grupo de agricultores locais, de maneira contextualizada com o cenário mais amplo do Maciço da Pedra Branca, no qual se encontram grupos de mobilização política com atuação no território. Entendendo as estratégias de construção e acesso ao mercado como formas de resistência, buscamos aqui compreender como ela se apresenta sob a ótica dos próprios atores envolvidos nesta feira.

Portanto, a Feira Orgânica do Rio da Prata não é entendida apenas como um ponto de comercialização de produtos orgânicos, mas como um espaço social, onde as relações sociais expressam significados sobre o território, identidades e conflitos.

O mapeamento dessas relações foi feito no próprio local onde a feira é realizada. Para além das atividades comerciais, foram analisados eventos nos quais as lideranças da Agroprata tornaram públicas as dificuldades e desafios enfrentados pelos produtores da região e conferiram importância às relações sociais estabelecidas entre diferentes atores – muitas vezes apresentados como “parceiros”²⁰.

Para compreendermos tais relações lançamos mão do conceito de *redes sociais*, considerado como um recurso teórico-metodológico (SCHERER-WARREN, 2006; ACIOLI, 2007). Além do olhar sobre as redes, é extremamente relevante considerar as relações associativas estabelecidas pelos agricultores. Nesse sentido, entendemos que as redes sociais e o associativismo são elementos basilares que sustentam a Feira do Rio da Prata.

A criação da associação foi possibilitada por um grupo de agricultores da região e mediadores institucionais. Ela foi fundada no final de ações de um projeto da organização não governamental Roda Viva, realizado entre os anos de 2001 e 2003. Tal projeto tinha como

¹⁸ As mobilizações políticas de agricultores em meio a redes sociais garantiram a representação dos mesmos no Conselho Consultivo do Parque Estadual da Pedra Branca e em outros fóruns. Em reuniões do conselho, através de relatos de moradores acerca de ameaças indiretas, além de uma reportagem de jornal local, ou seja, em diversos momentos, foi possível identificar discursos que defendiam a retirada de famílias dos limites da unidade de conservação. Mais recentemente, em 2016, no II Encontro científico do Parque Estadual da Pedra Branca, que reuniu pesquisadores de diversas áreas, os discursos dos gestores do PEPB acenaram para o estabelecimento de uma parceria entre o Instituto Estadual do Ambiente (INEA) e populações tradicionais.

¹⁹ Em 2014, duas comunidades do Maciço da Pedra Branca foram certificadas, pela Fundação Palmares, como quilombolas, a saber: o Quilombo Cafundá Astrogilda e o Quilombo do Camorim (Ver Oliveira, 2016). Em 2017, está em processo de reconhecimento mais uma comunidade quilombola, na vertente do Rio da Prata, nomeada Comunidade Remanescente de Quilombola Dona Bilina.

²⁰ Os sujeitos da pesquisa chamam de “parceiros” os atores e instituições que desenvolvem projetos e assessorias junto aos agricultores.

objetivo valorizar a agricultura orgânica, buscando reverter a produção rudimentar praticada naquela região por outra que seria um sistema de agrofloresta²¹ (FERNANDEZ, 2010).

Como ação final do curso de formação orgânica promovido pela ONG, optou-se por criar uma associação que permitisse aos agricultores uma organização coletiva e autonomia para enfrentar as dificuldades que incidem sobre a manutenção da pequena produção agrícola em seus territórios e as dificuldades de escoamento de produtos. Também culminou na criação da primeira feira orgânica da Zona Oeste, a Feira Orgânica de Campo Grande.

Em 2014, devido a conflitos na gestão da referida feira, a Agroprata deixou de ser a responsável pela sua gestão²² e foi redigido um regimento interno que estabeleceu uma coordenação e a realização de reuniões mensais. Em seguida, a Agroprata criou a Feira Orgânica do Rio da Prata, também em Campo Grande, próxima à sede da associação. A cisão na gestão na Feira de Campo Grande e a posterior iniciativa da associação de criar outra feira no mesmo bairro induzem o pensamento a uma relação de causalidade, embora os envolvidos na construção da segunda argumentem que a vontade de criar uma feira próxima ao local de produção e da sede da associação já existisse há alguns anos.

Se atentarmos para a afirmação do agroecológico na feira de Campo Grande e do orgânico na feira do Rio da Prata, encontramos uma chave de interpretação das relações sociais e conflitos que deram origem a criação da segunda. Embora um estudo comparativo entre ambas as feiras seja interessante, por questões metodológicas, nos ateremos a pensar as estratégias e significados atribuídos à criação da Feira do Rio da Prata. Entretanto, não desconsideramos o fato da experiência da primeira feira estar relacionada com a criação da segunda.

Além disso, é importante ressaltar que, durante um tempo, alguns agricultores da Agroprata participaram de ambas as feiras. Com a mudança na gestão, o grupo ficou dividido e, atualmente, apenas uma pessoa participa das duas feiras. Um fator relevante que explica a natureza desse conflito é justamente a inserção de novos atores, com participação na associação e na feira de Campo Grande. Consequentemente, houve um choque entre metodologias de gestão, conforme será analisado nas próximas seções.

²¹ Podemos associar essa preocupação com o fato de os agricultores estarem situados nos limites do PEPB, com vistas para uma possível parceria entre esses e o órgão responsável pela gestão da unidade de conservação, embora uma das questões principais da execução do projeto tenha sido a demanda por acesso aos mercados de produtos orgânicos, conforme explicou uma das mediadoras do projeto.

²² Vide Anexo A - *Comunicação da Agroprata acerca da cisão entre a associação e a Feira Orgânica de Campo Grande.*

Em síntese, a criação da Feira Orgânica do Rio da Prata representa a afirmação do território e de sua identidade agrícola. Isso se faz para além das concepções dos mediadores e das redes sociais ligadas à temática agroecológica e das redes políticas locais. Diante disso, entendendo que os mercados traduzem as relações sociais e constituem elementos da dinâmica social e cultural dos grupos, delimitamos o objeto da presente pesquisa.

Objeto e Objetivos

A Feira Orgânica do Rio da Prata é tomada como objeto a fim de compreender, a partir das relações sociais ali estabelecidas, as concepções e estratégias de um grupo de agricultores inseridos na Agroprata, de maneira contextualizada com um amplo debate em torno da agroecologia e do acesso a mercados alternativos na cidade do Rio de Janeiro.

Buscamos entender como esse mercado traduz as estratégias de resistência da pequena produção agrícola encontrada na vertente do Rio da Prata, no Maciço da Pedra Branca, à luz da atuação de uma rede de redes sociais. Nesse sentido, a feira permite pensar os significados e representações que são projetados sobre o território, na perspectiva dos atores locais.

Desse modo, o objetivo geral consiste em delinear a configuração de rede de sociabilidade e mobilização política na construção social dessa feira, explicitando os múltiplos significados que podem ser identificados por atores sociais distintos. Isso acena para as identidades que são acionadas em diferentes contextos, bem como as demandas transversais que partem dos agricultores ou são pensadas na relação com mediadores e/ou parceiros no âmbito das redes. Em meio a esse complexo cenário, serão pensados os significados atribuídos à construção social da Feira Orgânica do Rio da Prata.

São objetivos específicos:

- Identificar o contexto e os atores sociais envolvidos no processo mais amplo de construção de feiras de produtos orgânicos no município do Rio de Janeiro;
- Reconstruir as trajetórias dos atores sociais envolvidos na construção da Feira Orgânica do Rio da Prata, entendendo-a a partir das relações e vínculos estabelecidos com a Feira Agroecológica de Campo Grande.
- Compreender os aspectos relacionados à organização dos produtores e sua relação com a associação de agricultores;
- Analisar o significado da escolha do local onde é realizada a Feira Orgânica do Rio da Prata e sua relação com a representação do território;

- Mapear as relações de mediadores e redes sociais, com atuação marcada no território, e suas influências na construção e acesso aos mercados de orgânicos;
- Descrever como as estratégias de resistência da agricultura familiar podem ser identificadas e traduzidas nas práticas e representações dos agricultores e demais atores envolvidos na Feira do Rio da Prata.

Justificativa

A escolha do objeto é justificada pela importância de estudar como foi e vem sendo construído o mercado de produtos orgânicos no município do Rio de Janeiro, como um espaço social de produção e comércio de alimentos distinto do processo hegemônico de produção de *commodities*, priorizando a forma como os próprios atores constroem alternativas mais autônomas de produção e consumo.

Acrescenta-se a isso a atenção voltada para o local onde o mercado alternativo está inserido e seu contexto social, no bairro de Campo Grande, na Zona Oeste do Rio de Janeiro, nos limites de uma unidade de conservação. A maior parte da produção que alimenta a feira orgânica pesquisada é produzida no Parque Estadual da Pedra Branca, que legalmente não permite atividades produtivas e permanência humana. Essa mesma produção fornece alimentos de boa qualidade para uma população com menor poder aquisitivo e supostamente menos consciente dos valores relacionados à saúde alimentar e não utilização de insumos, fertilizantes e agrotóxicos.

Por esses fatores, é relevante estudar as condições específicas da Feira Orgânica do Rio da Prata, a qual representa um conjunto de ações e relações que permitem compreender a reivindicação de um território desejado. Isso se faz com a politização do território, resultante de articulações em rede de agricultores, organizações, instituições e movimentos sociais. O interesse dos atores locais por seu território de pertencimento e a vontade de buscar formas alternativas para geri-lo fazem do território objeto da ação local e isso se traduz a partir da escolha do mercado que os agricultores querem acessar/construir.

Nos termos de Teisserenc e Teisserenc (2014, p. 99) “Os debates e ações que têm lugar nesses territórios são aproveitados pelos atores para experimentar novas práticas e para facilitar o desenvolvimento de aprendizagens coletivas que lhes permitem assumir independência”. Nesse sentido, importa compreender como essa independência está vinculada a ação pedagógica de grupos com princípios horizontais de construção de conhecimento e ao incentivo à autonomia; e, por outro lado, na aproximação de grupos com princípios distintos,

que acabam por defender interesses opostos. Esses fatores tornam-se relevantes para refletir sobre o tipo de mercado que buscam os agricultores do Rio da Prata.

Metodologia

Para uma maior compreensão da análise aqui apresentada, cabe assinalar que este estudo tem relação com uma pesquisa anterior desenvolvida sobre as três associações de agricultores que estão situadas nos limites do Parque Estadual da Pedra Branca – a saber, a Agroprata, a Agrovargem²³ e a Alcri²⁴; e alguns atores sociais ligados à Rede Carioca de Agricultura Urbana, AS-PTA, projeto Profito (Fiocruz/Farmanguinhos), e ao projeto de extensão da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro denominado “Ampliação e fortalecimento do associativismo e das atividades agroindustriais de agricultores do Maciço da Pedra Branca-RJ”, doravante Proext-Pedra Branca²⁵.

O interesse pelo tema advém da inserção no Proext-Pedra Branca e no projeto de iniciação científica, denominado “Estudo sobre as estratégias de fortalecimento do associativismo e das atividades agroindustriais de agricultores do Maciço da Pedra Branca/RJ”²⁶, realizado entre finais de 2011 e 2013, no âmbito da graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ).

Com o intuito de dar prosseguimento ao estudo iniciado na graduação, no projeto inicial apresentado à banca examinadora na seleção do Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais da mesma universidade, o objetivo elencado consistiu em produzir uma

²³ A Associação de Agricultores de Vargem Grande (AGROVARGEM) foi criada em dezembro de 2007, a partir do contexto de ações do projeto Profito, do Laboratório de Biodiversidade de Farmanguinhos (Instituto de Tecnologia em Fármacos/ Fiocruz) (sobre o projeto, ver Baptista, 2014). O grupo de produtores, ao listar algumas de suas questões – tais como: melhoramento das estradas, instalação de energia elétrica, solução de conflitos com o INEA, reconhecimento de direitos a partir da anterioridade e antiguidade de sua permanência no território do PEPB - concluiu que a formação de uma associação seria um importante instrumento para a luta por melhorias de suas práticas econômicas e reivindicação de direitos (FERREIRA, 2014).

²⁴ A Associação dos Lavradores e Criadores de Jacarepaguá (ALCRI), a mais antiga dentre as três, foi fundada em 1986 e esteve desativada até 1998, quando reiniciou suas atividades, contando com o apoio de novos membros e o incentivo de dois engenheiros agrônomos da EMATER. A constituição desta associação se deu no contexto de uma proposta que partira da EMATER, com o intuito de estimular o associativismo entre os agricultores, como meio de facilitar atividades de extensão rural (FERREIRA, 2014).

²⁵ O projeto tinha como objetivo dar continuidade as ações trabalhadas pelo PROFITO e outras de caráter mais amplo, demandadas pelos produtores.

²⁶ Tal estudo teve como objetivo compreender de que forma são vivenciadas as experiências associativas e identificar o atual momento de mobilização de três associações de agricultores situadas nos limites do Parque Estadual da Pedra Branca, refletindo também sobre as redes e suas implicações no cotidiano dessas associações. Demonstrou-se que as associações representam meios de reivindicação social, resistência, representação e aprendizado político, além de atuarem no fortalecimento de laços de sociabilidades, criar vínculos comunitários e constituir-se como um importante meio para o alcance de objetivos econômicos e políticos dos agricultores.

análise sobre as redes de mobilização política, organizadas em função da agricultura familiar no município do Rio de Janeiro.

Estabeleceu-se como recorte a análise de mercados como forma de mobilização política e resistência, onde a inserção em redes produz significados e resultados dos quais nos interessa analisar. Assim, o olhar sobre o mercado é contextualizado por diversas ações que têm conferido amplitude à agricultura orgânica na cidade do Rio de Janeiro.

Para desenvolver essa pesquisa, os recursos metodológicos envolveram a observação participante no acompanhamento das atividades produtivas e comerciais de um grupo de agricultores que participam da Feira do Rio da Prata; a realização de entrevistas com os atores que participam desta feira²⁷; análise de fontes bibliográficas buscadas a partir das palavras-chave: mercados de orgânicos, agricultura familiar, agroecologia, redes sociais, território, resistência, campesinato, unidade de conservação e conflitos socioambientais. São incorporados, também, materiais produzidos pelos próprios sujeitos da pesquisa; e artigos publicados em jornais, revistas e periódicos acadêmicos.

A pesquisa tentará traçar um desenho da rede, cujo recorte será a Feira do Rio da Prata. A noção de rede tem sido usada nas Ciências Sociais como “ferramenta capaz de interligar atores, objetos, significados e práticas, no estudo dos processos de desenvolvimento rural” (SCHIMITT, 2011). Será produzido um quadro com as características pertinentes de um conjunto de agentes/ instituições. Este recurso, proposto por Bourdieu (2000) consiste em listar em colunas as instituições ou agentes que se quer analisar, e nas linhas os aspectos identificados. De acordo com o autor, “Este utensílio, muito simples, tem a faculdade de obrigar a pensar relacionalmente tanto as unidades sociais em questão como as suas propriedades” (BOURDIEU, 2000, p. 29).

É importante assinalar que o papel de minha orientadora, através da qual me inseri no campo, pode ser considerado como de uma mediadora e, por vezes, uma liderança. Portanto, a objetivação participante, no sentido proposto por Bourdieu (2000) apresenta-se como elemento tão importante quanto a observação participante, pois suspende os interesses que motivam o estudo, e estuda-os como objeto de uma reflexividade necessária para a ciência social.

²⁷ Condicionada por questões práticas, dado o tempo para realização da pesquisa, e o foco do trabalho, voltado para os agricultores que atuam na Feira orgânica do Rio da Prata, a percepção sobre a não participação de agricultores associados da Agropрата na referida feira poderá exigir mais aprofundamento. O mesmo explica a não inclusão dos consumidores neste trabalho.

Zaluar (1986) também chama a atenção para a necessidade de colocar em questão o lugar do pesquisador. Se a tradição sociológica acena para análise do que é visível e passível de classificação, a autora atenta para a importância de investigar o que não é facilmente identificável, isto é, o que não está predisposto à escrita. Nesse sentido, conforme apontou a autora, no que tange a observação participante e a realização de entrevistas, não são interessantes os discursos oficiais, exclusivamente, mas outros diversos discursos, inclusive os que não são frequentemente proferidos. Além disso, é importante registrar o que está por trás das falas. Assim, as entrevistas realizadas, entendidas como técnicas privilegiadas de levantamento e interpretação de dados que não são facilmente identificáveis nas interações coletivas, levaram em consideração tais aspectos apontados pela autora.

Ao longo da pesquisa, desenvolvida entre abril de 2015 e julho de 2017, foram realizadas sete entrevistas²⁸ com os atores diretamente ligados a manutenção da Feira do Rio da Prata; observação participante aos domingos – dia em que a feira é realizada – e em algumas datas comemorativas; além de conversas informais com membros de associação que não fazem parte desta feira; e três pessoas ligadas a Rede Carioca de Agricultura Urbana – tendo cada uma delas atuado em pelo menos um dos projetos citados na pesquisa, a saber: o projeto de formação orgânica pela ONG Roda Viva; o Profíto e o Proext-Pedra Branca.

Cabe assinalar que devido a dificuldades encontradas na realização do trabalho de campo, não foi possível entrevistar todos os atores envolvidos na construção da feira – ora por problemas particulares, ora por não encontrar as pessoas, ocupadas com outras tarefas. Mas, em diferentes momentos, conversas informais foram travadas com os sujeitos em questão.

Levando essas dificuldades em consideração e ciente de que a presença do pesquisador pode legitimar um grupo diante dos demais, além de fortalecer lideranças internas, como ações que não foram previstas no projeto de pesquisa, mas que acontecem frequentemente; buscando fugir desse risco, tentamos não eleger informantes privilegiados e privilegiar os diversos informantes.

Consideramos que os grupos e individualidades que compõem as redes são dotados de capacidades autorreflexivas e de apresentações de si. Nesse sentido, Champagne (1996) apresenta contribuições estratégicas para a análise da “apresentação de si” utilizadas por um grupo diante de uma determinada população: é necessário examinar não somente a maneira como os grupos se apresentam e como se entendem, mas também como outros agentes os

²⁸ As entrevistas foram realizadas no espaço da feira. Ver Apêndice.

percebem. Assim, materiais de jornais, revistas, periódicos acadêmicos, além de documentos produzidos pelo próprio grupo, ajudam a compor a análise desta pesquisa.

No que diz respeito à dimensão territorial, entendendo o papel do território na (re)construção de identidades, os estudos acerca do “território” e as noções de “território-rede” (HAESBAERT, 2004) e “território da ação coletiva” (TEISSERENC & TEISSERENC, 2013), ajudam a pensar sobre os processos de sociabilidades estabelecidos entre produtores e parceiros. Acrescenta-se o conceito de sistema sêmico cunhado por Raffestin (1983), o qual permite entender a feira como uma comunidade discursiva que produz significados sobre o território.

As identidades e questões de pertencimentos também podem ser refletidas a partir do conceito de redes sociais. Nas Ciências Sociais, as redes sociais expressam relações pessoais e interpessoais. Pode designar organizações pouco institucionalizadas, que reúnem indivíduos, grupos, associações etc. A interpretação dessas relações deve ser situacional e contextualizada. De acordo com Acioli (2007), a proposta de analisar as relações a partir da categoria de *redes sociais* permite captar a pluralidade de conexões que um indivíduo pode representar.

Em síntese, a pesquisa permite delinear uma nova configuração de rede de sociabilidade e mobilização política, explicitando as identidades que são acionadas em diferentes contextos, bem como as demandas transversais que partem dos agricultores ou são pensadas em relação com mediadores ou parceiros no âmbito das redes. É dessa maneira que serão analisados os significados atribuídos à construção social da Feira Orgânica do Rio da Prata.

No primeiro capítulo, denominado “*A construção social de mercados orgânicos/agroecológicos na perspectiva de redes sociais*”, apresentamos uma discussão conceitual sobre mercados e redes sociais; seguida por um panorama acerca da construção de feiras orgânicas/ agroecológicas na cidade do Rio de Janeiro e dos atores envolvidos em tais processos. Em seguida, passamos para a construção das duas feiras no bairro de Campo Grande, as quais acenam para concepções diferentes sobre o orgânico e o agroecológico.

No segundo capítulo, “*Pensando os mercados alternativos como expressões de territorialidade e resistência*”, buscamos refletir sobre como o território é apropriado e representado a partir da inserção em mercados locais, frente aos debates e ações de atores vinculados ao movimento agroecológico. Tal atuação, entendida de maneira relacional às ações de resistência da agricultura familiar no contexto mais amplo do Maciço da Pedra

Branca, são importantes para compreender as estratégias dos agricultores da vertente do Rio da Prata.

Por fim, no terceiro capítulo denominado “*A Feira Orgânica do Rio da Prata: sociabilidades, apropriação do território e expressão de resistência*” serão aprofundadas as questões referentes a essa feira, enfocando os atores e as relações sociais, abordadas na perspectiva de rede sociais. Serão analisados os valores e significados que incidem sobre a feira, fazendo com que a mesma possua singularidades. +

CAPÍTULO I: A CONSTRUÇÃO SOCIAL DE MERCADOS ORGÂNICOS/ AGROECOLÓGICOS NA PERSPECTIVA DE REDES SOCIAIS

Os *mercados* cada vez mais representam um aspecto importante da literatura sobre campesinato e agricultura familiar²⁹. Do ponto de vista sociológico, os agricultores familiares representam uma forma social específica, formada por um núcleo de interação familiar, ligada por laços de parentesco, situada em espaço geográfico definido e que mantém estreita relação com a terra e outros meios de produção; assim como outras unidades familiares e grupos sociais. Essa definição de agricultura familiar também pode ser aplicada a outras categorias, como camponeses e pequenos produtores (SCHNEIDER, 2016).

Segundo Seyferth (2015), o modelo de produção camponês tem de particular a sua capacidade de adaptação e interiorização do capitalismo a partir de seus próprios princípios. Nesse sentido, é notória a persistência de características culturais, econômicas e sociais de grupos camponeses, incluindo o caráter familiar da produção e economia.

De acordo com Wanderley (2000), esse modelo de produção pode ser englobado pelo conceito de agricultura familiar, tendo em vista que este engendra uma diversidade de situações, experiências e relações com a sociedade global. Nas palavras da autora, “o campesinato, mesmo tendo perdido a significação e a importância que tinha nas sociedades tradicionais, continua a se reproduzir nas sociedades atuais integradas ao mundo moderno” (WANDERLEY, 1996, p. 7). Lê-se que o camponês, em sua relação com o mercado, visa criar um sistema econômico onde possa ter autonomia, diante de ambientes desfavoráveis aos poucos recursos de que dispõem.

De modo semelhante, Gazolla e Pelegrini (2010) também destacam a autonomia dos agricultores familiares na construção de estratégias para manter seus meios de vida, as quais atravessam o tema dos mercados. No que tange a essas estratégias, destacamos o encurtamento da distância entre produção e consumo e o estabelecimento de relações diretas entre produtores e consumidores.

²⁹ Conforme mencionamos na introdução, trabalhamos com ambos os conceitos. Tratamos, em específico, de uma agricultura familiar que tem como eixo central a relação entre família, terra e trabalho (CARNEIRO, 1999). Considerando que o conceito de agricultura familiar abarca diferentes realidades; o de campesinato, englobado pelo primeiro, acena para os objetivos da atividade econômica, para as experiências da sociabilidade e as relações externas dessa agricultura com o mundo global (WANDERLEY, 1996).

Brandenburg, Lamine e Darolt (2015) mostram que as novas relações impostas pela modernização da agricultura, a partir da década de 1960 e 1970, trouxeram uma nova dinâmica da cidade e dos processos econômicos, que culminaram na invisibilidade do campesinato, diante da proeminência de modos de vida urbanos e novas racionalidades de produção.

De acordo com Fernandez e Santos (2015), é necessário combater a ideia de desaparecimento do campesinato e descrever a sua capacidade de resistir e se reinventar ao longo do tempo. Como exemplo dessa resistência, os mercados orgânicos e agroecológicos se apresentam como novas possibilidades à agricultura familiar ou “agricultura de base camponesa”³⁰, junto a um ambiente de politização.

Diante disso, destaca-se a importância de entender essa relação, tendo em vista que a viabilidade da pequena produção agrícola e a reprodução social dos produtores depende de sua inserção no mercado. Certamente, nem todo mercado apresenta configurações viáveis para a agricultura em pequena escala. Por esse motivo, cabe avaliar suas características, contextos e conjunturas socioeconômicas.

Olhando para os mercados como expressão e resultado das relações entre indivíduos, lidas a partir do conceito de redes sociais, daremos ênfase aos que privilegiam a relação direta entre produtor e consumidor, como é o caso das feiras de produtos orgânicos/ agroecológicos encontradas na cidade do Rio de Janeiro.

Neste capítulo, buscamos mapear as redes e relações estabelecidas por diferentes atores sociais na construção social das feiras da cidade. E, por fim, adentramos no debate acerca do “orgânico” e do “agroecológico”.

1.1. Os mercados e as redes sociais

Nas Ciências Sociais, as *redes sociais* expressam relações pessoais e interpessoais, as quais podem designar organizações pouco institucionalizadas, que reúnem indivíduos, grupos, associações, movimentos sociais etc. A interpretação dessas relações deve ser situacional e contextualizada, dada a sua complexidade, que dificulta a compreensão acerca das diferentes noções de pertencimento. De acordo com Acioli (2007), a proposta de analisar as relações a partir desse conceito permite captar a pluralidade de conexões que um indivíduo pode representar.

³⁰ Termo utilizado pelo movimento agroecológico.

Segundo Abramovay (2004), a abordagem sociológica dos mercados procura compreendê-los não como premissas da ação econômica, mas como resultados concretos da interação social. Tal concepção vai ao encontro ao conceito de *construção social*, no qual “os mercados são fruto das relações e interações sociais, então, eles podem ser alterados ou organizados segundo o sentido e/ou o interesse dos atores e agentes que criam estas relações” (MARQUES *et al*, 2016, p. 12).

Tendo como ênfase o caráter das relações, os estudos sobre as redes sociais (GRANOVETTER, 1985; 2005) também marcam esse campo de discussões. Nesse caso, busca-se compreender os “padrões de interação sociais que os diferentes atores sociais vão conseguir construir nos mercados” (GAZOLLA; PELEGRINI, 2010), por exemplo, as relações de confiança e parentesco, o intercâmbio de conhecimentos e as diferentes racionalidades. Ou, também, sob a perspectiva dos novos movimentos sociais econômicos, os mercados expressam concepções políticas.

De acordo com Flignstein e Dauter (2012), alguns mercados atuais caracterizam-se por uma permanente comparabilidade com movimentos sociais, por estarem sujeitos a novos entendimentos. Um dos esforços que caracterizam os novos movimentos sociais econômicos é o de redefinir a relação entre produtor e consumidor, apostando em redes alternativas de comércio que trabalham em cima da articulação direta entre grupo de produtores, distribuidores, mercados dedicados e consumidores. Tal articulação é característica de mercados locais e, segundo Wilkinson (2016), é esse o caráter de redes sociais expresso nos mercados.

Na sociologia econômica, frequentemente, os mercados aparecem polarizados em dois blocos: os mercados convencionais e os mercados alternativos – também chamados de mercados locais ou mercados enraizados (MARQUES *et al*, 2016). Nos primeiros, a quantidade de produtos e as relações entre oferta e demanda são aspectos de maior relevância; enquanto nos segundos, há uma valorização da qualidade do produto, do local de venda, da cultura e da tradição.

No Brasil, com a emergência de redes agroalimentares alternativas e do movimento de agricultura ecológica, nos anos 1990 (BRANDENBURG *et al*, 2015), ganham destaque as críticas às grandes cadeias produtivas e redes de comercialização que conformam os mercados convencionais. Assim, os mercados alternativos foram criados em decorrência das consequências da modernização da agricultura, dos impactos ambientais e sobre a saúde alimentar, ocasionados pelo uso de agrotóxicos na agricultura convencional.

Desde a década de 1990, redes sociais de diversos países atuaram em iniciativas de construção de mercados com uma lógica diferenciada, aproximando a relação entre produtores e consumidores, demonstrando maior preocupação com a qualidade de vida, saúde alimentar e preservação ambiental. Nas palavras de Schmitt (2011, p. 4),

A denúncia dos riscos associados aos agrotóxicos e aos alimentos transgênicos, o crescimento das redes de comércio justo e de agricultura orgânica, a indignação dos consumidores frente à disseminação de doenças através dos alimentos, o fortalecimento da Agroecologia como abordagem sociotécnica, entre outras manifestações, fazem parte de um conjunto heterogêneo de ações e reações que, ao colocarem em questão as formas dominantes de produção e consumo, contribuíram para a politização das relações entre produtores e consumidores, conferindo também novos significados aos chamados mercados locais.

Com base nisso, os mercados alternativos podem ser lidos a partir da ideia de contestação social e política, sendo vistos também como potenciais aliados do desenvolvimento territorial. De acordo com Rocha *et al* (2014, p. 1),

Os espaços rurais têm passado por mudanças significativas nos últimos anos, impulsionadas pelas próprias dinâmicas capitalistas. A reestruturação do capitalismo gera transformações no rural, que passa a assumir diferentes dimensões, com uma diversificação de suas atividades gerando configurações locais específicas. Nesse contexto, a agricultura familiar utiliza uma gama variada de estratégias para a sua reprodução e valorização do seu patrimônio familiar, estratégias essas que têm apresentado dinâmicas diferentes nos últimos anos, impulsionada por uma série de transformações no próprio espaço rural e na sua interação com o meio urbano. É nesse cenário que emerge a discussão sobre as redes locais de produção, enquanto estratégias de fortalecimento da agricultura familiar, na perspectiva do desenvolvimento territorial. As redes locais de produção, na medida em que articulam iniciativas no sentido da constituição de um circuito próprio de relações (não apenas econômicas, mas também envolvendo experiências, saberes e valores), favorecem o desenvolvimento territorial. Nessa perspectiva, o desenvolvimento assume um caráter multidimensional (não se limitando aos aspectos econômicos) e endógeno (baseado nas demandas e potencialidades locais).

As redes locais, articulando produtores e/ou consumidores, têm sido consideradas uma estratégia para o fortalecimento da agricultura familiar, que tem como um dos seus principais desafios a inserção nos mercados capitalistas, pautados na lógica produtivista (ROCHA *et al*, 2014, p. 2).

O encurtamento na distância entre produtor e consumidor, que marca os chamados circuitos curtos de comercialização, contrasta com o distanciamento dessa relação provocado pelas iniciativas de grandes corporações. Esta tendência também pode ser observada em alguns nichos de comercialização do alimento orgânico, muitas vezes tornado objeto de

especulação no mercado, conforme observou Schmitt (2011). Esse fato carrega, em contrapartida, um questionamento acerca do caráter concentrador e excludente do mercado capitalista.

De acordo com Rocha *et al* (2014, p. 4), “As características desse sistema hegemônico criam um conjunto de barreiras para a participação da agricultura familiar”. Podemos citar ainda que “Paralelo ao avanço da padronização dos produtos e dos processos produtivos, liderado por multinacionais, cresce um movimento contrário, estimulado pelas próprias consequências negativas de um modelo de desenvolvimento produtivista” (ROCHA *et al*, 2014, p. 5), como é o caso das redes agroalimentares alternativas.

Desse modo, as redes sociais assumem um papel de fortalecimento da agricultura familiar quando voltadas para a produção, consumo e comercialização. Atuam, nesse sentido, visando estratégias de desenvolvimento territorial e potencializando a criação de redes locais de produção e consumo de produtos orgânicos e agroecológicos.

A partir da atuação de redes de atores sociais na legitimação de identidades vinculadas aos modos de vida e territórios, fica cada vez mais claro que a melhor alternativa para a agricultura de base camponesa é a criação de mercados locais. Estes são criados a partir de relações sociais específicas, influenciadas pela cultura local e podem conformar e dar sentido aos aspectos socioculturais dos grupos que os sustentam. Conforme demonstrou Schultz (2006), os mercados desempenham forte influência sobre a (re)construção de identidades profissionais³¹ de agricultores orgânicos.

Desse modo, podemos afirmar que os mercados alternativos expressam as estratégias de resistência da agricultura familiar. E como um exemplo dessa resistência citamos a (re)construção da identidade socioprofissional dos agricultores que atuam na produção orgânica (SCHULTZ, 2006). Nas palavras do autor, “Na comercialização em feiras, a valorização da atividade profissional ocorre na relação direta com os consumidores, a partir da geração de credibilidade baseada na confiança e na ética profissional dos agricultores” (SCHULTZ, 2006, p. 24). Em síntese,

Independentemente do tipo de relações de mercado que sejam estabelecidas, a agricultura orgânica, a partir da redefinição de seus modos de produção, pressupõe a possibilidade de os agricultores buscarem, através da sua atividade profissional, a (re)construção de sua identidade. As principais

³¹ Sobre a identidade socioprofissional, o autor a define como “aquela que está sendo (re)construída a partir dos discursos e percepções dos agricultores sobre a sua atividade profissional. Esta, por sua vez, se (re)constrói nas inter-relações das representações sobre o trabalho, nas relações institucionais e nas relações com o mercado” (SCHULTZ, 2006, p. 25).

modificações se apresentam nas relações técnico-produtivas, e, conseqüentemente, no sentido das atividades relacionadas ao próprio trabalho, ou seja, na “prática” da agricultura orgânica. Entretanto, também se destacam a construção de novas relações sociais, para ainda além das do próprio mercado, que influenciam, entre outros aspectos, a profissionalização dos agricultores. Trata-se do surgimento de novos atores sociais detentores de reivindicações, que passam a ser legitimadas dentro do atual contexto de crise do modelo convencional de produção agrícola (SCHULTZ, 2006, p. 20).

Assim, a produção orgânica, mais do que um “nicho de mercado”, cria novos significados para a produção de alimentos, incorporando diferentes dimensões a partir das relações estabelecidas com o mercado. É justamente a possibilidade de interação entre produtores e consumidores que configura um mercado diferenciado, gerando novos valores (ROCHA *et al*, 2014, p. 6).

Em linhas gerais, estamos considerando que a abertura de mercados alternativos de orgânicos, juntamente com a afirmação da identidade socioprofissional de agricultor orgânico, por si só já é uma expressão da resistência dessa agricultura frente ao quadro de invisibilidade encontrado no município do Rio de Janeiro. Deve-se notar que a consolidação desses mercados se deu através da construção de feiras orgânicas, tendo como cerne a venda direta e a relação entre produtor e consumidor.

No caso do Rio de Janeiro, a formação de movimentos de agricultura alternativa, entre as décadas de 1970-1980, em oposição ao modelo de produção impulsionado pela modernização da agricultura, ganhava espaço nas universidades, sobretudo na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (FONSECA, 2005). Foi nesse contexto que ganhou força a criação de pequenas feiras de produtos orgânicos, inicialmente na Zona Sul da cidade, posteriormente difundidas em bairros da Baixada, Zona Norte e Oeste (FERNANDEZ; FERREIRA, 2016).

A seguir, apresentamos um panorama da construção de mercados locais no município do Rio de Janeiro, evidenciando os atores e redes envolvidos nesses processos.

1.1.1. Redes e atores na construção de mercados orgânicos/ agroecológicos no Rio de Janeiro

No Rio de Janeiro, os primeiros mercados de produtos orgânicos foram criados na década de 1990, como expressão da atuação de uma rede de atores da agricultura alternativa,

ambientalistas, agricultores, dentre outros atores sociais, cujas práticas iniciativas vêm desde os anos de 1970.

Um dos marcos do processo de construção das primeiras feiras orgânicas da cidade foi a criação, em 1979 – com registro feito em 1981 – da Cooperativa dos Produtores e Consumidores de Alimentos, Ideias e Soluções Naturais (COONATURA-RJ). A decisão de criar uma cooperativa de produtos ecológicos foi tomada nesta formação inicial, na qual estava Paulo Aguinaga – produtor e morador da região do Brejal, em Petrópolis – que organizou os produtores do local, fazendo a integração campo-cidade (FERREIRA, 2013).

Em 1985, este mesmo grupo, liderado por Cristina Ribeiro, criou a Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO), dedicada ao longo dos anos 1990 em promover um sistema de certificação orgânica. De acordo com esta fundadora da ABIO (em depoimento a FERREIRA, 2013), o ano de 1992 foi um marco importante para os produtos orgânicos, por conferir destaque a relação entre alimento e meio ambiente, no contexto da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (ECO-92), realizada no Rio de Janeiro.

Ao final da década de 1990 e início dos anos 2000, com a falência da COONATURA e, por outro lado, com o desejo de alargar os canais de comercialização, este grupo buscou a entrada nos supermercados. Apesar de um êxito inicial, a entrevistada (*ibidem*) relata que o grupo foi, aos poucos, desistindo da atuação em supermercados, devido às condições muito desfavoráveis.

A melhor alternativa para os pequenos produtores comercializarem seus produtos orgânicos eram as feiras orgânicas/ agroecológicas, fazendo com que as vendas em mercados consolidados (como redes de supermercados, por exemplo) deixassem de ser a alternativa privilegiada de escoamento da produção. Assim, as feiras representam novos mercados, onde valores de economia solidária e relações de parceria subvertem ou coexistem com a lógica mercantil (FERNANDEZ; FERREIRA, 2016).

Outra iniciativa importante para o acesso a produtos orgânicos é a Rede Ecológica, fundada em 2001, por duas ex-associadas da COONATURA, Miriam Langenbach e Elizabeth Linhares. Esta última, ao ter contato com a agricultora assentada Sebastiana, durante fase de sua pesquisa sobre assentamentos, observou a dificuldade dos assentados em escoar a produção. Assim, decidiram comprar com os assentados e vender para seus vizinhos no bairro da Urca (FERNANDEZ; FERREIRA, 2016). Desta primeira iniciativa nasceu a ideia de construir um novo caminho para acessar os produtos sem o uso de agrotóxicos e oriundos da agricultura familiar.

A Rede Ecológica aos poucos organizou a compra de frescos e secos de produtores de diferentes partes do país, privilegiando assentamentos, movimentos sociais e agricultores familiares. A participação na Rede Ecológica de membros atuantes em projetos, organizações e movimentos de perfil ambientalista, consolidou o engajamento desta em várias das agendas do movimento agroecológico. De acordo com Carneiro (2011, p. 1),

a Rede Ecológica (RJ) constitui um exemplo de novo movimento social econômico, na medida em que as compras realizadas por meio da mesma são movidas por ideais que transcendem a dimensão individual e podem ser vistas como práticas rotineiras que têm por objetivo materializar uma posição política.

Após a organização de um seminário sobre comercialização no ano de 2007, ficou ainda mais evidente que o melhor caminho para o escoamento dos produtos orgânicos era a feira. Segundo depoimento de Cristina (FERREIRA, 2013), após alguns anos de conversas e negociações com políticos, em 2010 a configuração política da Secretaria Especial de Desenvolvimento e Economia Solidária, ocupada pelo Partido dos Trabalhadores (PT), e com a presença de uma liderança do movimento de economia solidária, Rosemary Gomes, foi fundamental para o êxito do projeto.

Em 2010³², foi criado o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Se, por um lado, os movimentos agroecológicos lutam por acessar mercados diferenciados para os produtos orgânicos e se organizam para a conquista de sistemas participativos de garantia (SPG); também o fazem politizando o debate sobre as exigências de normas de circulação e comercialização de produtos da agroindústria, diante das restrições à agroindústria familiar, impostas pelas normas sanitárias (FERNANDEZ; FERREIRA, 2016).

Assim, ganhou força a ideia de que as feiras eram o caminho adequado para os produtores com pequena estrutura. Encontram-se presentes nestes espaços valores como “respeito e enraizamento social da atividade econômica, o vínculo entre produtor e consumidor, construindo relações de confiança e respeito pelo seu modo de vida” (FERNANDEZ; SANTOS, 2015, p. 56).

A primeira feira orgânica criada na cidade foi a Feira Cultural e Orgânica do bairro da Glória, em 1994, resultante da ação conjunta entre a ABIO, a COONATURA e a Associação

³² Dois anos após a inauguração da primeira feira do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, foi criado o DECRETO N° 35064 DE 25 DE JANEIRO DE 2012, que regulamenta a criação do Circuito na cidade do Rio de Janeiro.

de Moradores da Glória. Mesmo com o sucesso desta feira pioneira, o acesso ao mercado de orgânicos assumia ainda um caráter restritivo.

O que impulsionou a criação de outras feiras orgânicas no Rio de Janeiro foi a construção do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas (CCFO), em resposta às dificuldades encontradas na época, explicadas em grande medida por restrições impostas pela prefeitura.

Fazendo um breve panorama das feiras orgânicas e agroecológicas criadas na cidade, podemos citar em 1994 a inauguração da Feira da Glória; em 1999, a Feira Orgânica de Campo Grande; em 2010, a Feira Agroecológica da UFRJ; em 2013, a Feira Agroecológica da Freguesia; em 2014, a Feira Orgânica do Rio da Prata; e em 2016, a Feira Agroecológica de Vargem Grande. Com a exceção da Feira da Glória que posteriormente foi incluída no CCFO e a Feira da Freguesia, as demais feiras não o integram.

Fazem parte do CCFO as feiras do bairro Peixoto/Copacabana, Ipanema, Leblon e Jardim Botânico, inauguradas em 2010. Em 2011, foi criada a feira da Tijuca. Essas feiras são administradas pela ABIO. Ainda em 2011, foram criadas as feiras do Flamengo, Laranjeiras e Botafogo, inspiradas na Feira Glória, mas coordenadas pelo grupo Essência Vital. Em 2013, foi inaugurada a Feira da Freguesia, coordenada pela Rede Carioca de Agricultura Urbana³³, e a Feira da Barra da Tijuca. Em 2014, foi criada a Feira Orgânica da Leopoldina no bairro de Olaria; em 2015, no Méier (FERNANDEZ; FERREIRA, 2015). Depois dessas, outras feiras foram construídas e outras estão em projeto de inauguração.

A gestão do CCFO está sob a responsabilidade de três organizações gestoras: Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO), a Organização Não Governamental Essência Vital (ONG Essência Vital) e a Associação Universitária Latino Americana (AULA), cuja atividade consiste na inter-relação com diversas esferas governamentais e não governamentais, participação em fórum de discussão, entre outros, além de serem responsáveis pelos espaços perante a municipalidade (SOUZA, 2017, p. 22-3).

A tabela 1 apresenta as feiras do CCFO e suas organizações gestoras.

Tabela 1 – Feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas e instituições gestoras

Nome da Feira	Organização Gestora
Feira Orgânica e Cultural da Glória	ABIO
Feira Orgânica do Bairro Peixoto	

³³ Oficialmente a AS-PTA se responsabiliza pela feira como assessoria técnica.

Feira Orgânica de Olaria	
Feira Orgânica do Jardim Botânico	
Feira Orgânica de Ipanema	
Feira Orgânica da Barra da Tijuca	
Feira Orgânica do Leblon	
Feira Orgânica do Parque Garota de Ipanema	
Feira Orgânica do Parque das Rosas	
Feira Orgânica de Botafogo	ONG Essência Vital
Feira Orgânica da Tijuca II	
Feira Orgânica do Leme	
Feira Orgânica do Flamengo	
Feira Orgânica de Laranjeiras	
Feira Orgânica da Tijuca	
Feira Orgânica da Urca	
Feira Orgânica do Grajaú	Rede CAU
Feira Agroecológica da Freguesia	
Feira Orgânica da Ilha do Governador	AULA

Fonte: SOUZA, 2017, p. 23.

Um diferencial das feiras do CCFO é o seu conjunto de regras, por exemplo, a estipulação de uma quantidade máxima de barracas (até 37), a padronização das barracas e a comercialização de produtos de diferentes partes do estado³⁴, além de todos os produtos possuírem um selo de certificação orgânica³⁵.

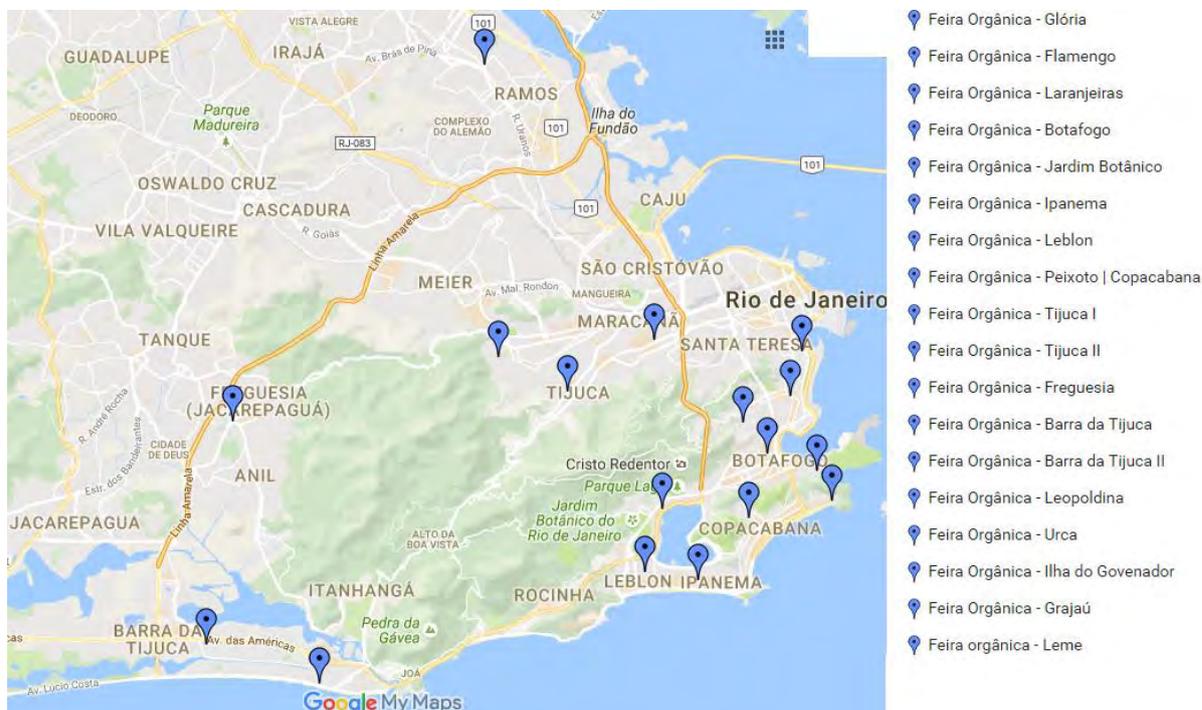
O mapa apresentado a seguir mostra a geolocalização das diversas feiras criadas pelo CCFO em diferentes bairros do Rio de Janeiro. A maioria delas encontram-se na Zona Sul da cidade. Essas feiras possuem periodicidades fixadas em diferentes dias da semana e são realizadas em espaços públicos, com localizações fixas e desempenham um papel importante

³⁴ “É permitido somente dois comerciantes para a venda de produtos orgânicos oriundos de outros estados, servindo para complementar a feira com os produtos que não são produzidos pelo estado do Rio de Janeiro ou que não estão no período da safra do estado” (VALENÇA, 2014, p. 610)

³⁵ Existem dois tipos de certificação oferecidos pela ABIO: o selo do Sistema de Garantia Participativa (SPG) e o de outro órgão reconhecido pelo Ministério da Agricultura, que está de acordo com as normas e leis orgânicas.

no abastecimento da cidade com produtos orgânicos, comercializados *in natura* e processados.

Figura 2 – Mapa de Geolocalização das feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas



Fonte: Google Maps, 2016.

Podemos concluir que os canais de venda direta foram ampliados pelo Circuito Carioca de Feiras Orgânicas com o intuito de viabilizar e fortalecer o fornecimento de alimentos orgânicos no Rio de Janeiro (FONSECA, 2015). A maioria dos produtores inseridos no Circuito faz parte de um grupo ou associação de diferentes municípios, mas também são encontrados sujeitos que não estão ligados a nenhuma instituição.

Na Zona Oeste do Rio de Janeiro, encontra-se o grupo Agropрата, composto por agricultores da região do Rio da Prata, no bairro de Campo Grande. No próximo bloco, abordaremos sobre o pioneirismo deles na criação das duas feiras orgânicas do bairro. Buscamos descrever como a atuação em rede e a conquista de mercados tem conferido visibilidade para a pequena produção encontrada na vertente do Rio da Prata, do Maciço da Pedra Branca. Bem como a ampliação da rede coloca em cena diferentes concepções sobre o produto orgânico e o agroecológico – que serão discutidas mais adiante.

1.2. Atores locais e as feiras de Campo Grande

Para pensar a criação das duas feiras de produtos orgânicos encontradas no bairro de Campo Grande, na Zona Oeste do Rio de Janeiro, retomamos o processo de construção da Associação de Agricultores Orgânicos do Rio da Prata – a Agroprata.

A criação da Agroprata e a identificação com a produção orgânica resultam de um projeto de conversão orgânica desenvolvido pela ONG Roda Viva³⁶, entre 2001 e 2003. Este projeto, além de possibilitar a inserção em mercados específicos, fortaleceu a identidade de agricultor orgânico, como uma identidade dotada de maior valor e importância social, por agregar o cuidado com a saúde alimentar e com o meio ambiente.

À medida que se fortaleceu a identidade de agricultor orgânico, iniciou-se um processo de diferenciação entre esses e os agricultores convencionais (LEAL, 2005; FERNANDEZ, 2009). Conforme mencionamos anteriormente, a identidade de agricultor orgânico trouxe a possibilidade de inserção em mercados específicos (feiras orgânicas/agroecológicas), além de agregar valor ao produto e aos produtores, por destacar valores afins à conservação da natureza que são apropriados para a reivindicação do direito de permanência em seus locais de origem.

Alguns agricultores do Rio da Prata, ao adotarem essa identidade, destacam um sentimento de valorização da sua prática. Embora a ideia de “adotar a identidade de produtor orgânico” possa abrir margem para interpretações instrumentais, ou da racionalidade de obtenção de maior lucro a partir da venda de orgânicos, tal ideia deve ser entendida de acordo com seu contexto. Muitos desses agricultores não faziam uso de agrotóxicos em suas produções, contudo, a percepção de ser agricultor orgânico ocorreu somente com a realização do projeto da ONG Roda Vida. Uma vez que os produtores “se viram” dessa maneira, perceberam essa identidade como dotada de maior importância social. Contudo, não significa dizer que a questão do preço dos produtos esteja, necessariamente, ausente da percepção do grupo.

Segundo uma das integrantes da ONG Roda Viva, O discurso era voltado para a produção de uma “*agricultura alternativa*”, “*sem veneno*”. Ela contou que os agricultores da região tinham a intenção de plantar sem a utilização de agrotóxicos – e muitos o faziam; outros não tinham essa intenção. Assim, foi realizado um curso de formação em agricultura orgânica. E, como ação final do curso, foi criada a Agroprata.

³⁶ O projeto inicial foi desenvolvido com a juventude da região sobre os mananciais do Maciço da Pedra Branca, a fim de verificar a qualidade da água. Muitos desses jovens eram filhos de agricultores e acenaram para as especificidades da agricultura encontrada na região. Assim, foi desenvolvido um projeto com os agricultores visando superar entraves nos modos de produção e possibilitar canais de comercialização propícios a essa produção.

Ainda sobre a criação da associação, esta passou a desempenhar um papel importante na mediação das relações entre os agricultores e demais grupos e instituições, além da relação com o próprio órgão gestor da unidade de conservação. De acordo com Prado (2012) e Ferreira (2014), a Agroprata mantém uma dinâmica que visa fortalecer o associativismo, com atribuição de importância à projeção externa da produção local e dos produtores, reivindicando visibilidade para a agricultura ali presente, acesso a mercados e a permanência no território protegido.

Um fato característico dessa associação é a presença de laços de parentesco entre alguns de seus membros. Recentemente, a associação passou por um processo de crescimento, onde novos membros foram inseridos. Segundo Prado (2012, p. 62), “a discussão em torno de novos associados esteve relacionada a novos canais de comercialização em que estão inseridos os agricultores da Agroprata”.

Para se tornar membro da associação é realizada uma assembleia, na qual os ingressantes são incorporados mediante votação e aprovação do coletivo. Embora seja uma associação de caráter profissional (associação de agricultores), outras categorias podem se associar. Os associados que não se apresentam como agricultores são chamados de colaboradores e/ ou parceiros.

Mota (2011, p. 254) chama a atenção para a ancoragem de associações e grupos minoritários com relação ao Estado junto a atores externos. Isso ocorre, em grande medida, por causa da diferença entre os capitais simbólicos e materiais. Essas formações de alianças e redes devem resultar em empoderamento por parte da organização social constituída em associação, uma vez que “as relações de forças estão desigualmente estabelecidas” (*ibidem*).

A formação de parcerias dá suporte às atividades desenvolvidas pela associação, embora a inserção em redes não resulte na perda de autonomia da mesma, ou em mudanças significativas na forma como a associação é autogerida. Muitas vezes, a relação entre a associação e os parceiros fica marcada por conflitos de ideias e metodologias.

De acordo com Baptista (2014), a inserção da associação em redes sociotécnicas deve ser pensada de maneira relacional, para compreender as estratégias adotadas pelo grupo no que tange à manutenção da atividade agrícola no Maciço e à inserção em novos mercados. Nesse sentido, a compreensão sobre a Feira Orgânica do Rio da Prata está focada nas interações sociais, as quais não estão fechadas na associação, mas inseridas em uma ampla e complexa rede de redes sociais.

Como resultado dessas relações sociais e do acúmulo de capitais sociais, um grupo de agricultores da Agroprata criou a primeira feira orgânica da Zona Oeste: a Feira Orgânica de

Campo Grande, que foi reinaugurada em 2012 e renomeada, em 2014, para Feira Agroecológica de Campo Grande³⁷. Esta funciona na sede da Emater-Rio, aos sábados de manhã. Durante quase uma década, a feira teve pouco movimento e o fato de estar em um bairro menos nobre da cidade e em um espaço fechado (ainda que de um órgão público) contribuiu para a venda de produtos com menos restrições do que nos circuitos formais³⁸. Além da venda de alimentos orgânicos frescos, uma vez por mês, é realizada na feira a entrega de produtos secos dos consumidores da Rede Ecológica³⁹.

Diferentemente da primeira, a Feira Orgânica do Rio da Prata, realizada aos domingos, foi criada em espaço privado, cedido por um dos associados, em seu sítio, situado bem próximo da sede⁴⁰ da associação, nos limites do Parque Estadual da Pedra Branca. O fato de estar em um espaço privado favoreceu a rápida formação e gestão independente da feira, inspirada na experiência desses agricultores em outros circuitos de comercialização, além de funcionar com mais liberdade justamente por estar em espaço privado.

A Feira Orgânica do Rio da Prata foi criada com intuito de ser diferente das demais feiras encontradas na cidade. O diretor de relações públicas da feira contou que, inicialmente, planejou-se criar um espaço onde os consumidores pudessem ir até o local de plantio e colher seu alimento junto ao produtor, com a criação de uma horta dentro do sítio onde a feira é

³⁷ A própria mudança de nome de “orgânica” para “agroecológica” acena para um conflito entre metodologias e formas de gestão, os quais ficaram mais aclarados com a inserção de novos membros na feira e, conseqüentemente, na Agropata. Isto porque, para participar da feira de Campo Grande, era necessário ser associado. O caráter concentrador da gestão da associação entrou em conflito com o dinamismo que a feira foi assumindo com a entrada de novos atores, os quais trouxeram outras experiências e conhecimentos. Devido a dificuldade de estabelecer uma gestão mais participativa e menos personificada, a gestão da feira passou a ser feita de maneira independente pelos feirantes. Com isso, fica marcada a atuação mais forte de atores ligados aos movimentos de agroecologia.

³⁸ Em 2010, com a criação e regulamentação do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, fica marcada a abertura de feiras em diferentes bairros da cidade e a entrada de alguns dos produtores do Rio da Prata nessas feiras. As mesmas foram criadas em locais públicos e possuem regimentos internos mais restritivos, que limitam quantidade de barracas e sua padronização, diversificação de produtos, dentre outros fatores. Destaca-se o fato de a gestão ser de competência da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.

³⁹ “Criada em 2001 com a proposta de viabilizar e fomentar a agricultura orgânica familiar com dificuldades de escoar sua produção, a Rede Ecológica (RJ) constitui um exemplo de novo movimento social econômico, na medida em que as compras realizadas por meio da mesma são movidas por ideais que transcendem a dimensão individual e podem ser vistas como práticas rotineiras que têm por objetivo materializar uma posição política. As práticas de compra e consumo propostas pela Rede são construídas a partir dos principais campos sociais com os quais ela dialoga: comércio justo, economia solidária, agroecologia, agricultura familiar e o campo ambiental” (CARNEIRO, 2011, p. 1) esta nota está também no corpo do texto. Checar onde vai ficar. Se aqui ou no texto.

⁴⁰ A ONG Roda Viva desempenhou um papel importante também na construção da sede da associação, que permite a realização de encontros frequentes, além de ser um espaço utilizado para estoque e processamento de produtos da agroindústria familiar. Portanto, tanto do ponto de vista jurídico, como também dos recursos materiais e estruturas de beneficiamento (como espaço para reuniões e encontros regulares, cozinha e estufa), obtém-se um capital tecnológico (condições técnicas, estruturas e equipamentos) que possibilita a conquista de outros capitais – nos termos de Bourdieu (2008). A sede também dá materialidade à existência da associação.

realizada. Contudo, a criação desse “*plano diferenciado de comercialização*” – como foi chamado – não foi possível, mas a pretensão de colocá-lo em prática não foi descartada.

Se comparada com as demais feiras orgânicas criadas na cidade, com a abertura do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, há uma menor fiscalização quanto aos padrões e regras de comercialização. Na Feira do Rio da Prata, os produtores experimentam outras formas de comercialização, por exemplo, a venda de mudas, produtos processados (banana-passa, caqui-passa, vinagre de caqui, dentre outros, que são produzidos na sede da associação), além da realização de outras atividades concomitantes à feira, como a comercialização de café da manhã, organização de caminhadas e circuitos turísticos.

Embora a feira seja representada como uma “*extensão da associação*”, sua gestão é feita, mais diretamente, por cerca de seis agricultores associados⁴¹. A forma como a feira foi criada e é gerida coloca em cena conflitos entre os membros da associação (nem todos os associados participam da feira); e, também, entre os parceiros elencados como colaboradores na construção dessa feira.

Um dos fundadores da Feira do Rio da Prata e ex-diretor de relações públicas da Agroprata destacou a importância, nesse processo, de quatro instituições: (1) a Agroprata, (2) o CEFET-RJ através do Projeto Enactus⁴² e o Projeto Semeando Agroecologia, desenvolvido pela (3) ONG AS-PTA⁴³ em parceria com a (4) Rede Carioca de Agricultura Urbana (Rede CAU).

Deve-se notar que, sem distinguir aspectos ideológicos e metodologias, o Projeto Enactus, que estimula o empreendedorismo e fortalece grandes corporações e *commodities*, é colocado lado a lado com a Rede Carioca de Agricultura Urbana e a ONG AS-PTA (estas duas instituições são corresponsáveis pela gestão de outras feiras no município do Rio de Janeiro), cujos posicionamentos são críticos aos modelos hegemônicos.

Para exemplificar a disparidade entre ideologias e metodologias entre essas organizações, a Feira do Rio da Prata foi criada de maneira repentina, na contramão de metodologias de formação de mercados e gestão participativa adotadas pela Rede CAU e pela

⁴¹ Geralmente, as questões práticas de funcionamento da feira são discutidas entre os agricultores que participam da feira. Somente quando se trata de questões mais complexas, as discussões são desenvolvidas em reuniões da associação. Tais questões serão detalhadas no terceiro capítulo.

⁴² Em linhas gerais, o projeto toma como base o empreendedorismo voltado para a melhoria na qualidade e padrão de vida de comunidades, em parceria com universidades, aproximando jovens e líderes de negócios.

⁴³ De acordo com informações disponíveis em seu site, “A AS-PTA – Agricultura Familiar e Agroecologia é uma associação de direito civil sem fins lucrativos que, desde 1983, atua para o fortalecimento da agricultura familiar e a promoção do desenvolvimento rural sustentável no Brasil” < <http://aspta.org.br/quem-somos/>>, acesso em 12, jul. 2015.

AS-PTA. Acrescenta-se o fato de a feira ser apontada como ação final do projeto Enactus, que tinha um prazo para apresentar um resultado – no caso, a própria feira.

Portanto, a feira é espaço de circulação de diferentes sentidos, mas que convergem em torno da questão da visibilidade e projeção da produção orgânica no Maciço da Pedra Branca. Destacamos, com isso, que a construção e inserção em mercados, por parte dos agricultores da Agroprata, têm permitido o reconhecimento desses agricultores e seus produtos em outros bairros da cidade, fazendo com que eles adquiram crescente notoriedade e sintam-se valorizados.

Com a abertura do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, alguns agricultores do bairro passaram a vender seus produtos também na Zona Sul da cidade e Região Metropolitana (FERNANDEZ; FERREIRA, 2016). De acordo com Prado (2012, p. 63), “algumas vendas para intermediários permanecem, embora o foco da associação esteja direcionado para as feiras orgânicas na medida em que estas garantem um valor maior aos produtos”.

Consideramos que a consolidação do associativismo, nesse caso, deve ser pensando também em meio às articulações em redes de mobilização política, com outros atores institucionais que, aos poucos, foram englobando a participação desses agricultores em articulações de agroecologia.

Com atuação importante para a projeção dessa agricultura, destacamos a Rede Carioca de Agricultura Urbana. Entendendo a Rede CAU como uma rede de movimentos sociais, ela engloba, entre outros atores, mediadores do projeto Profito. Este projeto foi implantado, em 2006, pelo Núcleo de Gestão em Biodiversidade e Saúde de Farmanguinhos/Fiocruz, com o objetivo de estimular a formação de modelos socioprodutivos de plantas medicinais com os produtores do Maciço da Pedra Branca, visando formas autônomas de geração de renda (BAPTISTA, 2014).

O Profito mapeou organizações e instituições com atuação no território e promoveu a construção de laços de sociabilidade e mobilização política. Através deste projeto, foi possibilitado um intercâmbio entre produtores de diferentes municípios do Rio de Janeiro. Nas palavras da pesquisadora e membro do Profito,

As visitas e intercâmbios locais ou regionais e a presença em eventos contribuíram com a criação de novos vínculos de pertencimento. [...] Intercâmbios também são visitas, mas preservam a relação direta entre agricultores-experimentadores ou consumidor-agricultor. Os agricultores do Maciço da Pedra Branca constituem novas territorialidades, criando novos pertencimentos e desenhando esse território rede que se estende por parte da

região metropolitana e chega a outros estados brasileiros (BAPTISTA, 2014, p. 116).

A construção de um arranjo socioprodutivo local, voltado para a produção de plantas medicinais e de fitoterápicos visou fomentar, através de uma gestão participativa, a adoção de um sistema agroecológico de produção, utilizando o cultivo de plantas medicinais como alternativa para o desenvolvimento social, integrado a conservação ambiental.

Coordenado pela pesquisadora Sandra Magalhães (doutora em ecologia, conservação e manejo), o projeto foi realizado em duas fases: entre 2006 e 2009 (primeira fase), quando realizado o levantamento de dados; e entre 2010 e 2013 (segunda fase), com vistas à produção de resultados (BAPTISTA, 2014). Norteado por ideais de sustentabilidade e horizontalidade das relações, buscou mediar a relação entre as comunidades tradicionais do Maciço e o órgão gestor do Parque Estadual da Pedra Branca, na época Instituto Estadual de Florestas (IEF). Atualmente, após a fusão com outros órgãos de vocação ambiental, tornou-se Instituto Estadual do Ambiente (INEA) (BAPTISTA, 2014).

Este projeto foi desenvolvido entre as três associações⁴⁴ de agricultores do Maciço da Pedra Branca – a ALCRI, a Agroprata e a Agrovargem. No decorrer do mesmo, constatou-se que os produtos⁴⁵ esbarravam em legislações restritivas, a começar pela própria permanência dos agricultores em uma unidade de conservação, cujo tema consta no Sistema Nacional de Unidades de Conservação - SNUC (BRASIL, 2000) e na Lei Estadual de Populações Nativas (BRASIL, 1995).

Dentre as ações desse projeto⁴⁶, destacamos o curso de capacitação realizado em 2010, com o intuito de identificar as possibilidades, dificuldades, contatos e as medidas necessárias para as três associações do Maciço da Pedra Branca inserirem seus produtos em mercados institucionais⁴⁷ ou mercados locais.

Em 2011, a socióloga e professora da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Annelise Fernandez, que também fazia parte do Profíto desde a sua criação, ganhou o edital

⁴⁴ Sobre o associativismo entre os agricultores do Maciço da Pedra Branca, ver Ferreira, 2014; Prado, 2012; Oliveira, 2016. Acerca do papel das redes e dos mediadores no fortalecimento da agricultura familiar do Maciço da Pedra Branca, ver Oliveira, 2016.

⁴⁵ Por exemplo, mudas de plantas medicinais, cultivadas em sistemas agroflorestais (SAFs), plantas *in natura*, plantas secas e rasuradas na forma de sachês, sabonete líquido e os sabonetes artesanais em barra.

⁴⁶ Para além das questões de mercado, o Profíto realizou diversos cursos de capacitação entre os agricultores das três associações encontradas no Maciço da Pedra Branca – a ALCRI, a Agrovargem e a Agroprata. O projetou buscou, através de metodologias participativas, fortalecer o associativismo e a autonomia dos agricultores frente às dificuldades encontradas pelos mesmos no escoamento da produção, difundindo valores agroecológicos, e no relacionamento com o órgão gestor do Parque Estadual da Pedra Branca – o INEA.

⁴⁷ O acesso a mercados institucionais é condicionado pelo acesso à Declaração de Aptidão ao Pronaf (DAP).

para Programas de extensão do MEC, denominado “Ampliação e fortalecimento do associativismo e das atividades agroindustriais de agricultores do Maciço da Pedra Branca-RJ”. O Proext-Pedra Branca, como ficou conhecido, tinha como objetivo dar continuidade às ações trabalhadas pelo Profito e outras de caráter mais amplo, demandadas pelos produtores. Nesse sentido, o Proext-Pedra Branca permitiu uma atuação do Profito mais focada na construção de Sistemas Agroflorestais (SAFs), enquanto se dedicava às necessidades materiais, assessorias jurídico-contábeis e questões políticas das associações. Atuou também com foco voltado para os processos de produção e comercialização, a criação de novos produtos processados – permitidos pela aquisição de maquinários, colocados na sede da associação – e ações de comunicação em rede.

De acordo com a pesquisadora e membro do projeto Profito, Sílvia Baptista (2014, p. 19):

Como previsto no projeto [Profito] de 2009, essa comunicação em redes deu amplos resultados para os agricultores da Pedra Branca⁴⁸. Eles aumentaram sua participação no Conselho Consultivo do Parque Estadual da Pedra Branca; alcançaram representação nas Conferências locais, municipais, estadual e nacional de segurança alimentar; conquistaram assento no Conselho Municipal de Segurança Alimentar e Nutricional (Consea-Rio). Esse conselho é fundamental para acesso da agricultura da cidade do Rio de Janeiro a determinados direitos. Atualmente é presidido por um agricultor que iniciou sua participação política no Profito.

A partir da inserção em redes os agricultores do Maciço da Pedra Branca conseguiram as primeiras Declarações de Aptidão ao Pronaf (DAP), um importante documento para acesso a crédito e mercados institucionais. Passaram a comercializar para colégios estaduais da região através do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

A proposta da articulação em redes e a parceria entre o Profito e o Proext-Pedra Branca aos poucos foi criando vínculos com outras redes, como a Rede Carioca de Agricultura Urbana, a Rede Ecológica. Essas parcerias foram fortalecidas em 2011, a partir da identificação de ideologias e metodologias afins. Assim, passaram a atuar em defesa dos territórios e da agricultura familiar e urbana na Região Metropolitana do Rio de Janeiro. São exemplos dessa construção coletiva a elaboração de agendas e encontros conjuntos, o compartilhamento de ações e recursos dos projetos e a luta coletiva pela aquisição da DAP – que ficou conhecido como Mutirão Pró-DAP.

⁴⁸ Esses resultados da comunicação em rede elencados por Baptista (2014) foram protagonizados por agricultores da vertente de Vargem Grande, no Maciço da Pedra Branca.

Assim, essa rede de redes sociais embarcou no tema de acesso aos mercados institucionais e mercados locais, na busca de certificação orgânica, no acesso a políticas públicas voltadas para a agricultura familiar – como, por exemplo, o Plano de Aquisição de Alimentos (PAA) e o Plano Nacional da Alimentação Escolar (PNAE) –, na legislação urbana e ambiental e seu impacto sobre a agricultura (BAPTISTA, 2014, p.113). Mais recentemente, destaca-se a estratégia de tombamento⁴⁹ da Feira Agroecológica de Campo Grande – outrora chamada de Feira Orgânica de Campo Grande –, que completou 18 anos em 2017.

Frente ao discurso dos órgãos oficiais da Prefeitura sobre a inexistência de territórios rurais e da agricultura, há o empenho por parte da Rede CAU em construir uma realidade performática (BOURDIEU, 2006) – ao afirmar a existência de uma agricultura que se faz na cidade e, portanto, se define como uma agricultura urbana⁵⁰. O debate sobre agricultura urbana no Rio de Janeiro abarca questões que englobam também temáticas relacionadas à agricultura familiar, tais como acesso à DAP e aos mercados institucionais, posto que considera que todas essas diferentes agriculturas são encontradas na cidade. Visam, com isso, a extensão de direitos e políticas públicas concedidas ao agricultor familiar e pensadas tradicionalmente na chave do rural, defendidas também para quintais na cidade, entendidos como produtivos e que abastecem mercados. Nesse sentido, tem-se discutido recentemente a aquisição de DAP para quintais produtivos. Em sua carta política, escrita em 2014, a Rede CAU explicita o papel dos mercados como expressão da luta política:

Os agricultores da cidade do Rio de Janeiro produzem alimentos saudáveis em quantidade e qualidade adequada, condizentes com os valores culturais locais e regionais. A Rede Carioca de Agricultura Urbana tem a convicção que a segurança alimentar e nutricional é uma necessidade social básica e que esta faz parte das funções sociais da nossa cidade e deve ser um objetivo da política urbana e territorial. A agricultura carioca por décadas tem sido invisibilizada e junto com ela, também os agricultores, sua história, seus direitos, seus meios de vida. (...) Nossas vitórias traduzem que estamos presentes com autoria e representatividade. Seja ao integrar o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, seja em espaços de resistências, ou em pequenos circuitos de vendas. A avaliação da conformidade da produção orgânica se tornou uma realidade para nossos pares. Somos um Núcleo do Sistema Participativo de Garantia (SPG da ABIO, credenciado pelo Ministério da Agricultura). Assim vários agricultores têm seu certificado e, além disso, um quintal produtivo certificado também. Essa possibilidade nos qualificou e foi um passaporte para viabilizarmos nossos produtos não só na questão financeira, mas agregou valores e credibilidade dos consumidores

⁴⁹ Contando com o apoio do Vereador filiado ao PSOL, Renato Cinco, através do PL nº 1539/2015, reivindica-se o tombamento da Feira como patrimônio imaterial.

⁵⁰ Com o objetivo de conhecer, fazer conhecer (BOURDIEU, 2006) esta realidade e produzir políticas públicas, realizou-se nos dias 21 a 23 de outubro de 2015, o I Encontro Nacional de Agricultura Urbana no Rio de Janeiro.

(CARTA ABERTA DA REDE CARIOCA DE AGRICULTURA URBANA, 2014).

Para a Rede CAU, o acesso ao mercado é um ato político, em defesa da agricultura e de territórios agricultáveis, assim como de acesso a políticas públicas para a agricultura familiar e urbana.

No bojo dessas relações e ações de atores no âmbito territorial, pensamos a criação das duas feiras de Campo Grande. A maioria dos agricultores que fundou a Agroprata e participou da conversão orgânica pela ONG Roda Viva já era produtor com atuação em feiras convencionais. Eles mantiveram sua participação nesses circuitos, inauguraram a Feira Orgânica de Campo Grande, em 1999, e com a abertura do Circuito Carioca, em 2010, estão também em feiras da Zona Sul da cidade; e, por uma demanda interna, em 2014 criaram a Feira Orgânica do Rio da Prata. A ampliação desses mercados locais tem incentivado a adesão de agricultores com menos recursos e trajetórias distintas.

Alguns agricultores da Agroprata destacam o seu pioneirismo na construção de feiras orgânicas na Zona Oeste da cidade carioca. Conforme abordamos no bloco anterior, a primeira feira orgânica criada foi a Feira Cultural e Orgânica da Glória. mas não havia possibilidade de entrada de outros produtores⁵¹. A segunda feira, criada em 1999, foi a Feira Orgânica de Campo Grande. Sua criação se deu através da consolidação de ações da Agroprata em parceria com outras instituições, como o Sindicato Patronal Rural e a Emater-Rio.

Nas palavras de um dos associados da Agroprata e fundador das feiras de Campo Grande e do Rio da Prata, é possível notar a importância atribuída à criação desses mercados, ao reconstituir o processo de construção da Feira Orgânica de Campo Grande – doravante agroecológica – e a posterior inserção nas feiras do Circuito Carioca, que ocorreu somente em 2010.

“Aquilo ali [a construção da Feira de Campo Grande], nós [...] tivemos apoio aqui de uma Ong chamada Roda Viva, que fez um trabalho muito bom com a gente aqui [do Rio da Prata], então a gente lutamo, fizemos curso sobre os orgânicos, viajemo, tivemo em outros locais [...], aí não tinha uma feira pra vender. Aí conversando junto com o Sindicato Rural, a Ong Roda Viva, e os pessoal da Emater, surgimo de botar uma feirinha [a Feira de Campo Grande] ali [na sede da Emater-Rio] pra ver se dava certo, mas ainda me lembro que quando nós chegemos aquilo lá tava um matarel, os agricultor foi de foice, foi de enxada, teve agricultor que [foi] até com foice enrolada nas costas dentro do ônibus [...]. Nós limpemos aquilo tudo lá, inauguramos a feira. No

⁵¹ Essa característica muda com a entrada da Feira da Glória no Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, criado em 2010. Recentemente, uma produtora da Agroprata conseguiu uma vaga nesta feira.

primeiro dia foi um sucesso. Mas o pessoal aqui [alguns agricultores do Rio da Prata e os consumidores de Campo Grande] ainda não sabia o que era o orgânico. Começamos de devagarzinho naquilo lá, depois tinha 12 barracas e só ficou eu e Mada. Todo mundo correu, não teve jeito. Depois Mada ficou lá um bom tempo... época de colheita de caqui que eu não podia ir direto... ela ficava sozinha, uma vez mandei minha irmã também pra lá, mas a gente continuemos lá. Depois voltou através do pessoal [da associação] pra lá, depois o pessoal saiu, até hoje quem tá lá mais desse grupo que fundou é Mada e meu pai, quando vai lá, porque eu tô nas outras feiras, nos outros dias e não posso ir, mas foi a primeira feira. Aí dali que a gente saímos, lutemos pra caramba, lutemos aí em várias coisas, aí que saiu uma outra feira, começou no Copacabana, do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Também somos um dos fundadores da primeira e foi muito difícil pra gente, na Zona Sul. Quando nós chegamos lá, o povo [moradores] não aceitava a feira, não sabia direito o que que era, a gente era lá até assim... não tinha muito coisa pra gente, não... a gente chegava lá e sentia até mal. Mas hoje, não. Graças a Deus, no Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, de feira lá no Ipanema, no Leblon, Copacabana, todo lugar que a gente faz, hoje é bem conhecido [...]. Hoje, pra mim, aquilo lá é tudo, é uma luta, é uma conquista que a gente conseguimos, e um conhecimento que a gente troca informação. Eles aprendem um pouco com a gente da roça e ensina alguma coisa pra gente. Eu acho isso muito bom, maravilhoso! E se não fosse a feira orgânica, hoje eu acho que eu nem tava mais na roça. É maravilhoso. E tá crescendo, tem outros grupos que não fazem parte do nosso grupo do Circuito, mas também estão abrindo feiras, também, e hoje tá bem conhecido, né? Nós fomos um dos primeiros trabalhos, foi feito pela gente aqui. A feira mais velha, orgânica, é a feira da Glória. A feira mais antiga não foi de Circuito nem nada, não sei como eles começaram. Só que lá já estava fechado e não entrava ninguém pra trabalhar lá. Hoje as pessoas que estão nessa feira da Glória estão no Circuito com a gente... a maioria. E já tem gente do nosso grupo que tá trabalhando lá também, lá na Glória... (E3, entrevista concedida em 02/04/2017).

O pioneirismo dos agricultores do Rio da Prata no processo de construção das feiras na Zona Oeste da cidade é destacado através das narrativas de lideranças da associação e de alguns membros, podendo ser percebido através desse trecho. Embora expresse uma falta de clareza acerca dos processos burocráticos que regulamentam as feiras; por outro lado, detalha o trabalho prático e as dificuldades encontradas nesse processo.

A Feira Orgânica de Campo Grande foi criada na sede da Emater-Rio. Embora não tenha havido uma assessoria por parte desta instituição na construção da feira, a mesma também representa uma parceria por permitir que seja realizada no pátio da instituição. Nos anos iniciais, a feira passou por um processo de esvaziamento e, em 2012, com o apoio do Projeto Semeando Agroecologia, desenvolvido pela ONG AS-PTA⁵², em parceria com a Rede Carioca de Agricultura Urbana, foi reinaugurada e assumiu uma nova identidade visual, como podemos ver na Figura 3.

Figura 3 – Identidade visual da Feira Orgânica/ Agroecológica de Campo Grande

⁵² Com patrocínio do Programa Petrobrás Desenvolvimento e Cidadania.



Fonte: Arquivos pessoais, 2012; 2014.

Na figura 4, tirada após a reinauguração da feira, podemos observar o aspecto visual das barracas, onde não há uma padronização, e a disposição das barracas, ocupando a parte da frente da sede desativada da Emater-Rio.

Figura 4 – Identificação das barracas da Feira de Campo Grande



Fonte: Arquivo pessoal, 2012.

De acordo com o coordenador do projeto da AS-PTA, a reorganização da feira de Campo Grande foi um passo importante para ressaltar aos consumidores a importância da valorização dos mercados locais. Para o assessor técnico do projeto, a valorização dos

mercados locais gera um ganho econômico para os agricultores, além de garantir segurança alimentar para as famílias, tanto de quem produz os alimentos, como de seus consumidores.

Com o crescente dinamismo da feira, marcado pela entrada de outros atores e suas experiências vinculadas ao movimento agroecológico e em outras feiras, emergiram conflitos de ideias e metodologias entre os novos atores e as lideranças da Agroprata. Durante todos os anos sob a regência da Agroprata, ficou marcada a dificuldade de gerir a feira de forma descentralizada. Após esses conflitos, houve em 2014 a cisão⁵³ na gestão da feira, que passou a ser feita de maneira independente pelos feirantes e com forte atuação da Rede Carioca de Agricultura Urbana e da Rede Ecológica. Também em 2014, a feira foi renomeada para Feira Agroecológica de Campo Grande. Posteriormente, a associação criou, fora do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, a Feira Orgânica do Rio da Prata, que será abordada de forma detalhada no terceiro capítulo.

Figura 5 – Feira Orgânica Agroecológica de Campo Grande e seus parceiros



Fonte: Foto postada no Facebook da Feira Agroecológica de Campo Grande, em 2015. Disponível em: <<https://www.facebook.com/feiraagroecologicacgrj/>>, acesso em 26/03/2017.

⁵³ Vide Anexo A - *Comunicação da Agroprata acerca da cisão entre a associação e a Feira Orgânica de Campo Grande.*

A cisão na gestão na Feira de Campo Grande e a posterior iniciativa da associação de criar a Feira do Rio da Prata induz o pensamento a uma relação de causalidade. Contudo, os envolvidos na construção da segunda argumentem que a vontade de criar uma feira próxima do local de produção e próxima à sede da associação já existisse há alguns anos, buscamos compreender como esse fato demonstra diferenças políticas entre os dois grupos, que se manifestam na escolha pela identidade social vinculada ao “orgânico” ou ao “agroecológico”.

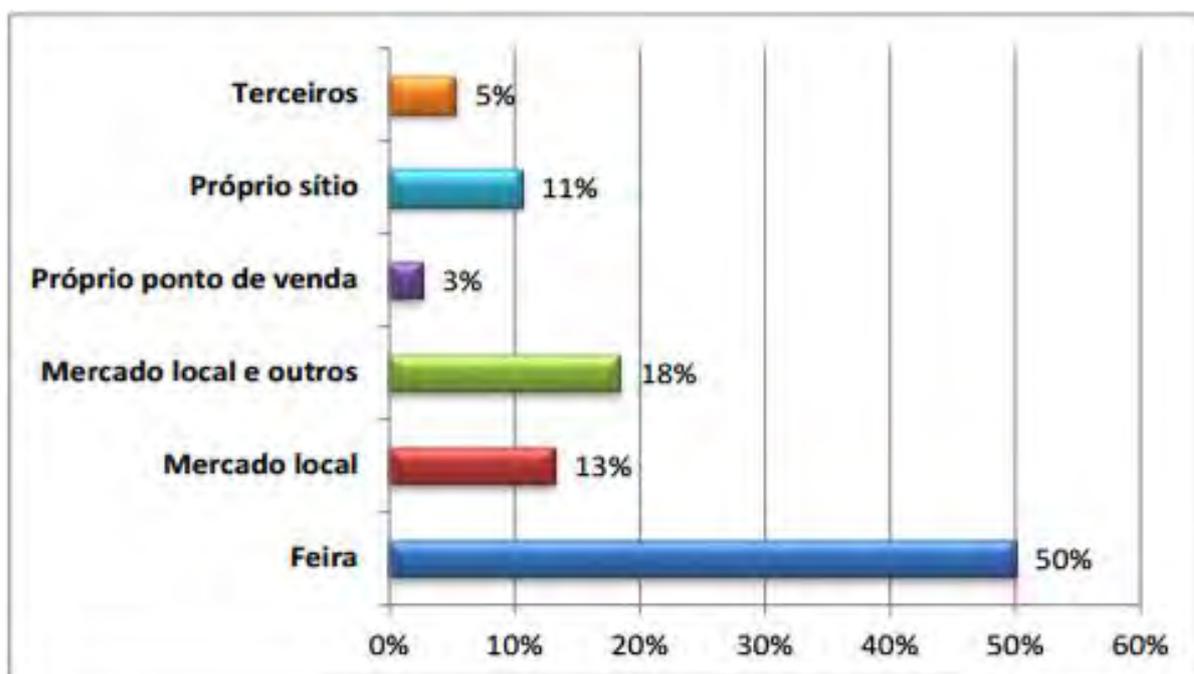
Embora ambas as feiras tenham sido criadas por integrantes da mesma associação, notamos que acabaram por seguir caminhos distintos. Como exemplo disso, a Feira Agroecológica de Campo Grande tem se tornado um espaço de fortalecimento de valores agroecológicos, pela atuação da Rede CAU e da Rede Ecológica, ao contrário da Feira do Rio da Prata, onde a identidade orgânica se faz mais presente.

O fato da Feira Orgânica do Rio da Prata ter sido criada como ação final do projeto cujo objetivo é estimular o empreendedorismo e fortalecer as atividades dos agricultores a partir de uma lógica empresarial, o ENACTUS, do CEFET-RJ explicita contradições que se apresentam no processo de distanciamento entre a Feira do Rio da Prata, a Feira Agroecológica de Campo Grande e as redes sociais orientadas pelos ideais da agroecologia.

1.2.1. A escolha dos mercados

De acordo com Fernandez (2014), a produção agrícola do Maciço da Pedra Branca visa a sua inserção no mercado e/ou em outros circuitos de comercialização. Mesmo que a produção não seja comercializada, deve ser compreendida a sua capacidade de subsistência, fazendo parte da alimentação das unidades familiares, sua relação com a natureza, a construção de uma paisagem e a história de ocupação do território. Tomando como base o estudo socioeconômico desenvolvido pelo projeto Profito, do qual a autora fez parte, foram mapeados na época os circuitos de comercialização dos produtores do Rio da Prata, conforme expresso no gráfico 1.

Gráfico 1 – Circuitos de comercialização de produtores do Rio da Prata



Fonte: FERNANDEZ, 2014 - com base em dados obtidos pelo projeto Profíto em 2007.

Destaca-se o fato de que a feira⁵⁴ é uma alternativa exclusiva de venda para a metade dos produtores alcançados pela pesquisa. Esse cenário reafirma a ideia de que os mercados locais representam uma alternativa privilegiada para a agricultura familiar. Considerando-se que os circuitos de comercialização e a escala de produção variam entre os agricultores, a escolha do local de venda privilegia uma melhor relação custo-benefício, por levar em consideração aspectos como transporte, pagamento de frete, distância, possibilidade de manter animais de carga, quantidade e diversidade de produtos etc.

Numa tentativa de delinear quais feiras são acessadas pelo grupo de agricultores do Rio da Prata, inseridos ou não na associação, apresenta-se o quadro a seguir. Diante da dificuldade de encontrar os demais agricultores da região, as informações foram sintetizadas na tabela abaixo a partir das informações obtidas pelos participantes da feira do Rio da Prata acerca dos agricultores associados da Agroprata.

Tabela 2 – Mercados acessados pelos Agricultores da Agroprata

Mercados	Nº de Agricultores
Feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas	12
Feiras orgânicas que não fazem parte do Circuito	8

⁵⁴ Na ocasião da coleta de dados, em 2007, esses agricultores ainda não estavam inseridos em feiras orgânicas, com exceção da Feira Orgânica de Campo Grande.

Venda para compradores intermediários	0
Vendas na própria propriedade	0
Vendas para programas governamentais	3

Fonte: Elaboração própria, 2017.

A análise da tabela precisa levar em consideração que um mesmo agricultor pode participar, ao mesmo tempo, de diferentes mercados. Dentre os membros da associação, composta por cerca de 30 associados, apenas 12 são agricultores e estão inseridos em circuitos de comercialização. Deve-se notar que nem todos os associados são agricultores – estes são representados pelos membros como “colaboradores” ou “parceiros”.

A Agroprata, na figura de suas lideranças, pretende ser uma porta-voz dos agricultores da região do Rio da Prata. Tal pretensão representativa, por vezes, resulta na centralização de ações e decisões, diante de um coletivo pouco atuante. De todo modo, as decisões e informações pertinentes ao coletivo são expostas e discutidas em assembleias ordinárias, as quais são realizadas mensalmente na sede da associação.

Quando alguma decisão é tomada sem a participação de tais lideranças, ficam aclarados conflitos, onde são pontuadas acusações como “*falta de coletivismo*”, “*benefício próprio*” ou “*individualismo*”. Isto aconteceu, por exemplo, quando a oportunidade de uma associada de entrar em uma feira do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas foi aproveitada, sem prévia discussão com os membros da associação. Na percepção da diretora executiva da associação, as oportunidades de inserção em feiras orgânicas devem ser comunicadas à associação, primeiramente, e não às individualidades. Isto é, por vezes, as questões individuais sobrepõem-se aos interesses coletivos. Neste episódio, em específico, reclamou-se que alguns agricultores da associação não conseguiam se inserir em nenhuma feira, enquanto outros participavam de uma ou mais feiras. A partir disso, compreende-se que o acesso às feiras deve passar, necessariamente, pela associação, assim como todas as tomadas de decisões.

Figura 6 – Assembleia geral da Agroprata, realizada na sede da associação



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

As decisões sobre o coletivo são tomadas em “*assembleias ordinárias*” realizadas na 2ª segunda-feira de cada mês. Nessas reuniões são discutidas questões referentes à produção e comercialização, administração da associação, participação em redes e eventos. A estrutura da reunião é seguida de acordo com a pauta, que é apresentada pela presidente da associação geralmente no início da reunião. Esta liderança é também quem conduz a reunião. De um total de 30 associados, costumam participar das reuniões cerca de 20 associados. No regimento interno da associação, três faltas sem justificativas resultam no desligamento do associado. Isto visa estimular a participação de todos nos processos decisórios. Assim, os associados presentes participam encaminhando propostas e nas tomadas de decisões através do voto. Apesar de haver uma frequência regular nas reuniões, alguns atores sociais participam mais ativamente nas discussões e ao assumir atividades internas e externas, onde vão representar a associação. Assim é muito frequente que os mesmos atores assumam posições de destaque ou liderança.

A diretora da Agroprata é advogada e se considera também agricultora. Seja por sua história de família, por sua atividade à frente da Associação, e porquê de fato planta, ainda que para seu autoconsumo. Seu marido é locutor e radialista e assumiu, durante alguns anos, o cargo de diretor de relações públicas da Associação. Este último, apesar de não assumir, atualmente, nenhum cargo na Associação, continua tendo papel importante como porta-voz do

grupo. Além dessas duas lideranças, destacamos outros dois agricultores, ligados aos primeiros por relações de parentesco. São eles: o agricultor que cedeu seu terreno para construção da sede da associação e o agricultor responsável pelas finanças da associação – respectivamente, tio e primo da diretora executiva, sendo o primeiro pai do segundo. Há, portanto, uma rede de parentesco que deve ser levada em consideração nas práticas associativas.

Mas, para além do parentesco, inclui-se o aprendizado da participação. Nesse sentido, entram em questão “aspectos de ordem cultural dos membros e também a rigidez ou flexibilidade da coordenação” (COMERFORD, 1999, p. 67). Nota-se que a circulação dos associados por diferentes espaços de comercialização, possibilidades diferenciadas de trajetórias, inserção em redes de participação política etc. têm possibilitado a vivência de metodologias participativas e aquisição de novos recursos, tais como falar em público e exercitar a representação; aspectos esses que tem trazido novas questões para o funcionamento da Agroprata.

Em linhas gerais, a diretora da associação é dedicada à defesa dos interesses dos produtores, sobretudo no que diz respeito à identidade deste grupo, vinculada à categoria de população tradicional, e das ameaças enfrentadas diante do órgão ambiental responsável pela gestão do PEPB. Seu marido é engajado na apresentação/relação externa da associação. O casal busca a participação do coletivo, mas acaba apontando as conclusões e encaminhamentos dos processos decisórios. Observa-se, com isso, que tais lideranças trazem benefícios para a associação, mas também dilemas, que acenam para conflitos internos (entre os associados) e externos (com os “*parceiros*”).

John Comerford, em seu estudo sobre reuniões de associações rurais observou que as lideranças:

[...] podem mudar o rumo das *discussões* (mesmo sem que essa seja a sua intenção) ao serem mais rígidos com o tempo de fala de certos participantes e menos rígidos com o tempo de outros [...], acionando critérios implícitos de hierarquização dos participantes e da importância de suas respectivas falas, ou ao qualificarem (também com base em critérios relativamente implícitos) uma determinada fala como estando ‘dentro’ ou ‘fora’ da pauta. [...] Podem ainda definir rumos na medida em que dão forma sintética às *propostas* a serem discutidas ou votadas, a partir de uma profusão de falas relativamente desconstruídas (COMERFORD, 1999, p. 61-2).

Embora haja uma divisão dos cargos, previstos no estatuto da associação e revistos em suas assembleias, os agricultores explicitam dificuldades de cumprir com os encargos, por “*falta de tempo*” e também pela dificuldade de compreensão das tarefas. Os cargos previstos

no estatuto da associação são de diretorias executiva, administrativa e financeira, de associativismo e comercialização, técnica e de relações públicas, secretário e conselho fiscal. Podemos perceber que a quantidade de cargos é desconexa da realidade da associação que conta com cerca de trinta associados. Os termos técnicos e abstratos previstos no estatuto colocam dificuldades para alguns agricultores, além da “*falta de tempo*” marcada pelo trabalho nos sistemas produtivos.

A agenda extensa de atividades de produção e comercialização tem dificultado a participação de alguns membros com maior participação em reuniões internas da Agroprata em agendas externas ligadas ao movimento agroecológico. As lideranças dessa associação não costumam participar de reuniões externas junto aos projetos e redes de sociabilidades. Também os demais não se disponibilizam a acompanhar outros espaços de representação. Ao mesmo tempo em que há uma pouca participação da associação em meio às redes com atuação no território, se queixam que os parceiros não estão tão presentes nas atividades da associação, como na Feira Orgânica do Rio da Prata, como estão na Feira Agroecológica de Campo Grande.

Os atores externos, portanto, consideram que há um caráter centralizador atribuído ao perfil das lideranças da associação, que tem como efeito colateral a pouca abertura para a articulação em rede. Deve-se notar que não é apenas o perfil das lideranças que resulta na centralização, mas uma certa cultura política local dos agricultores que possibilita a ancoragem em lideranças como forma de legitimação do grupo.

Podemos afirmar, nesse sentido, que a própria formação da Feira Orgânica do Rio da Prata, embora seja resultado desse acúmulo de experiências produzido no âmbito das redes, fecha-se para questões mais amplas. Ao mesmo tempo em que apoia as lutas em defesa da agricultura familiar, do território e da agroecologia em diferentes espaços da cidade, acaba por concentrar as suas ações em função das especificidades do Rio da Prata.

A projeção política da associação foi facilitada pela disposição de um espaço que permite aos associados encontros frequentes. Lembramos assim da importância da construção da sede e da conversão orgânica para que os agricultores da Agroprata buscassem novas formas de reconhecimento, através da participação política e do acesso aos mercados de orgânicos. Ou seja, a sede, com a existência de um espaço de estufa, beneficiamento e reuniões, não apenas confere condições técnicas e materiais para o desenvolvimento de suas atividades de produção, como materializa neste território a existência da associação. Isso faz com que a Agroprata seja mais facilmente identificada por novos mediadores, seja avaliada

como uma associação com condições de infraestrutura adequadas para a realização de novos projetos.

Além disso, diferente da Agrovargem, que tem uma agenda de atividades afinada com a Rede CAU e a Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro (AARJ), fato que constrange a chegada de apoiadores pouco afinados com valores da agroecologia, os membros da Agroprata, de modo geral, entendem a chegada de novos apoiadores como mais um reforço à luta dos agricultores, admitindo um espectro ideológico bem mais amplo.

Em alguma medida a opção dos membros da Associação em afirmar uma identidade vinculada à produção orgânica e não agroecológica⁵⁵, como defende os movimentos ligados à AARJ, é indicativo de certa postura política da Agroprata.

1.3. O “orgânico” e o “agroecológico” em questão

No Brasil, a cultura e a comercialização de produtos orgânicos foram aprovadas pela Lei 10.831, de 23 de dezembro de 2003 e regulamentada pelo Decreto 6.323, de 27 de dezembro de 2007. Define-se sistema orgânico de produção como:

[...] aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente (BRASIL, 2003, p. 1).

A comercialização em feiras orgânicas necessita, para além das relações de confiança, de normas de regulação que incluem a certificação dos produtos. A identificação do produto como orgânico não é possível a partir da simples visualização, mas está ligada a processos de certificação e/ ou relações de confiança. Logo, a distinção entre orgânico e agroecológico não é autoevidente, nem mesmo pode-se afirmar que os produtores possuem total clareza sobre ambas as categorias.

⁵⁵ Tema que será problematizado a seguir.

A despeito de inúmeras interpretações de consumidores e agricultores a respeito do que é alimento orgânico e agroecológico, a Lei 10.831/2003 não faz distinção entre alimentos orgânicos e agroecológicos, conforme se lê no parágrafo 2 do Artigo 1: “*O conceito de sistema orgânico de produção agropecuária e industrial abrange os denominados: ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológicos, permacultura e outros que atendam os princípios estabelecidos por esta Lei*”.

Mas na dinâmica de funcionamento dos circuitos de comercialização, observa-se que os mercados orgânicos exigem certificação, mas os mercados denominados agroecológicos podem ter certificação ou não. A obtenção da certificação exige do agricultor custos mais elevados.

O mercado de produtos limpos ou sem uso de agrotóxico é expressão da organização dos diversos movimentos e associações [...]. No Brasil, a Lei 10.831/2003 passou a normatizar e certificar produtos orgânicos e contribuiu para impulsionar este mercado. Por outro lado, a exigência de certificação por auditorias de organizações credenciadas, dificultou o acesso de produtores familiares com menos recursos (FERNANDEZ; FERREIRA, 2016).

Podemos afirmar, de maneira breve, que o produto orgânico possui uma definição: é livre de agrotóxicos e possui um selo que certifica essa qualidade. Por outro lado, o agroecológico é dotado de maior complexidade.

Sob todos esses aspectos, o produto agroecológico é “algo mais” e, ao mesmo tempo, “algo menos” que o produto orgânico. É “mais”, porque diz respeito a formas de construção horizontal do conhecimento entre técnicos e agricultores, de metodologias participativas e de autogestão, de valorização da agricultura familiar e da manutenção da terra e do território, pelo estímulo ao autoconsumo e pela compreensão de que o mercado tem como objetivo garantir a reprodução social desses grupos e não simplesmente o lucro. Em contrapartida, e sob o ponto de vista das regras dominantes do mercado, é “menos” que o produto orgânico, porque a complexidade de agendas e lutas do movimento agroecológico dificulta a compreensão por parte dos consumidores, e mesmo dos produtores, sobre as qualidades agroecológicas reunidas no produto orgânico. Também é menos, uma vez que o mercado agroecológico admite em certos contextos, a comercialização de produtos em fase de transição agroecológica e porque defende a importância da certificação, mas argumenta que esta não deve constrições possibilidades de organização de circuitos de comercialização de produtos limpos, com base em relações de confiança e em circuitos curtos de comercialização (FERNANDEZ; FERREIRA, 2016).

Na leitura de uma das fundadoras da Feira do Rio da Prata, “*o agroecológico é maior que o orgânico*”, pois entende que o mesmo expressa uma preocupação ambiental, mas avalia ser ainda pouco conhecido pelos produtores e consumidores: “*O agroecológico é recente. Antes só se ouvia falar do orgânico*”. Fazendo uma associação entre a fala desta e de uma agricultora ex-associada da Agroprata que participa da Feira de Campo Grande, o “*negócio do orgânico virou boutique, por conta do valor muito alto empregado aos produtos*”. Somado a isso estão as diferentes formas de apropriação dos produtos orgânicos, que incluem lógicas mercantis. Tal racionalidade, que também pode ser encontrada entre os pequenos, é apresentada pela mesma quando diz que algumas pessoas buscam a inserção em mercados orgânicos para *agregação de valor*, isto é, privilegiando a questão econômica. Para a primeira⁵⁶, a motivação para inserir-se nos mercados orgânicos e agroecológicos resulta de quando era consumidora, há cerca de dez anos, e passou a ter uma preocupação maior com aspectos relacionados à saúde alimentar e à preservação do meio ambiente.

Desse modo, a entrada em mercado de orgânicos pode ser regida por diferentes lógicas, como a de obtenção de maior lucro a partir da venda de orgânicos, como a preocupação com a saúde alimentar e o meio ambiente – as quais podem estar dissociadas ou em consonância.

Deve-se notar que o termo agroecológico é passível das mesmas apropriações mercantis atribuídas aos produtos orgânicos. É possível encontrar, por exemplo, no sul do País, o funcionamento de circuitos separados de produtos orgânicos e agroecológicos, onde os agricultores dos movimentos de agroecologia acessam também os mercados de orgânico (COMUNELLO, 2012). No caso dos agricultores do Rio da Prata, também são encontrados agricultores que participam de feiras orgânicas e agroecológicas ou mesmo convencionais

A oportunidade de acessar esses mercados, com regras específicas de certificação e comercialização (padronização das barracas, proibição de processamento dos alimentos, da venda de produtos de origem animal, proibição de preparo de alimentos, proibição de artesanatos), impõem restrições à agroindústria familiar. Com base em Mazon (2006), concordamos que a exigência crescente de tecnificação fragiliza a participação de pequenos produtores no mercado.

De acordo com Fonseca (2005, p. 9), embora o mercado de orgânicos e a certificação desses produtos tenha se apresentado como oportunidade de comercialização para os

⁵⁶ Atualmente, assume a função de mercadora e participa das Feiras de Campo Grande e do Rio da Prata.

agricultores familiares, é a temática da agroecologia que mobiliza diversos agentes políticos⁵⁷ e frentes de luta. Como exemplo disso, destaca-se a ampliação do sentido do espaço de comercialização, que passa a ser também um espaço de discussão de problemas públicos, como saúde alimentar e meio ambiente.

Nesse sentido, as feiras orgânicas e agroecológicas apresentam convergências, no que tange a historicidade das experiências no estado do Rio de Janeiro, ao caráter da produção, isenta de insumos, fertilizantes e agrotóxicos; e podem acenar para questões distintas. Isto é, tomando o caso da Feira Agroecológica de Campo Grande e da Feira Orgânica de Campo Grande, notamos que as questões mais amplas referentes à saúde alimentar, o cuidado com o meio ambiente e articulação de agendas junto ao movimento agroecológico se fazem mais presentes na primeira; enquanto na segunda as atividades ligadas ao orgânico tenham a ver com o plano territorial e suas especificidades.

Como exemplo da agenda política agroecológica da Feira de Campo Grande, a figura 7 mostra um seminário organizado pela Rede CAU, em parceria com o partido PSOL-RJ, onde foram discutidos temas como direito à água e ao meio ambiente, atual conjuntura político-econômica do país, reconhecimento da atividade agrícola no Maciço da Pedra Branca, tombamento da Feira Agroecológica de Campo Grande como patrimônio material, dentre outros assuntos. Mobilizações territoriais deste tipo, em conjunto com a ação de conselheiros do Conselho de Segurança Alimentar CONSEA-RIO e em articulação com membros da Câmara de Vereadores, deu origem à Frente Parlamentar de Agricultura Urbana, lançada em 26 de junho de 2017 pelo Vereador Renato Cinco na Câmara Municipal do Rio. A Frente tinha como objetivo fortalecer a temática da agricultura urbana e segurança alimentar e, em especial, aprovar a LOSAN – Lei Orgânica de Segurança Alimentar e Nutricional, pela via legislativa, dados os inúmeros obstáculos para encaminhá-la via poder executivo).

Figura 7 – Seminário realizado na Feira Agroecológica de Campo Grande

⁵⁷ É nesse sentido que pensamos as redes organizadas em torno da agricultura familiar como um ator sintagmático (RAFFESTIN, 1983) importante para pensar a inserção em mercados e os significados disso atribuídos pelos agricultores, numa perspectiva territorial, conforme abordaremos no segundo capítulo.



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

No capítulo seguinte, mostramos que as ações ligadas à Feira Orgânica do Rio da Prata, realizadas através da Agroprata, tais como a Festa do Caqui, estão mais voltadas para um grupo específico, embora apoiem essas outras frentes e expressem a intenção de abarcar a representação de um território como um todo.

Os agricultores do Rio da Prata (aqueles com quem conversei) não souberam, ou não quiseram informar o porquê da mudança no nome da Feira de Campo Grande, que passou de orgânica para agroecológica. Carecem de informações, também, acerca das mudanças no âmbito de regimentos e normas sobre o funcionamento desta feira, ao assumir a nova identidade. De fato, tal mudança ocorre pela difusão de ideias do movimento agroecológico trazidos pelos atores que passam a assumir o papel de parceiros na gestão da feira, como é o caso da Rede CAU e da Rede Ecológica.

Em linhas gerais, o uso do termo “orgânico” entre os sujeitos da pesquisa remete ao não uso de agrotóxicos, que marcaria a possibilidade de coexistência de uma agricultura limpa realizada nos limites do PEPB, já que a própria realização dessa agricultura, nesse contexto, é vista como incompatível com o ideal conservacionista contido nas unidades de conservação integrais. Mesmo sem serem cobrados por algum agente de fiscalização ou coordenador de feira, os agricultores (quase sempre) deixam expostos seus certificados de orgânicos emitidos

pela ABIO. Isso porque, nas palavras da diretora executiva da associação, “*a transparência é fundamental*”.

Se a entrada nos mercados alternativos das feiras orgânicas trouxe dignificação aos agricultores do maciço e permitiu a agregação de valor aos produtos, por outro lado a difusão do consumo de produtos orgânicos nos supermercados aumenta a oferta, ampliam os horários e as formas de pagamento, além do investimento em uma apresentação sofisticada dos produtos (embalagens e aparência) e de marketing, aspectos esses que dificultam a permanência de pequenos produtores no mercado convencional e aumenta a competição no mercado de alimentos orgânicos. Apesar das dificuldades inerentes às disputas entre os mercados convencionais e os mercados locais, de acordo com Portilho e Castañeda (2008), a crescente preocupação com a saúde alimentar e com o meio ambiente tem conduzido os consumidores para os mercados locais. Contudo, supor que todos os consumidores são politizados nesse sentido é equivocado. Nota-se que os consumidores tendem a reproduzir suas expectativas de padronização dos alimentos, de embalagens, de gostos e de disponibilidade da oferta de produtos (quantidade, sazonalidade etc.) comuns aos mercados convencionais, que, no entanto, seguem outras lógicas.

De acordo com Fernandez e Ferreira (2015), ainda é cedo para avaliar se os mercados locais poderão superar entraves estruturais e as regras de funcionamento impostas por agentes dominantes, mas é inegável o dinamismo do processo de construção de um território desejado (RAFFESTIN, 1983) – o território agroecológico – a partir das feiras orgânicas e agroecológicas no Rio de Janeiro. Notamos que através da emergência dessas feiras e da participação dos agricultores do Rio da Prata nesses circuitos, tais atividades econômicas se apresentam como aliadas do desenvolvimento local e conferem visibilidade e importância para questões do plano territorial. Portanto, ao falarmos de mercados, estamos falando também de território e de resistência, conforme abordaremos no segundo capítulo.

CAPÍTULO II: PENSANDO OS MERCADOS ALTERNATIVOS COMO EXPRESSÕES DE TERRITORIALIDADE E RESISTÊNCIA

Relacionando as atividades econômicas com a representação do território e a resistência da pequena produção agrícola nele encontrada – que passa necessariamente pelo acesso ao mercado –, este capítulo pretende apresentar uma caracterização do território onde é desenvolvida a pesquisa, bem como a ideia de resistência da agricultura familiar, apresentada pelos diversos atores, através da construção social da feira orgânica do Rio da Prata.

Sendo assim, a discussão toma como base o Maciço da Pedra Branca e, de modo mais específico, a vertente do Rio da Prata, onde são encontrados os sujeitos da pesquisa. No primeiro bloco, o intuito é mapear os significados do território do Rio da Prata, entendendo-o como palco de disputas e formas de apropriação distintas. Em seguida, pretendemos englobar as tradições, atividades econômicas e festividades, pensadas como parte das estratégias de resistência dos agricultores e de seus modos de vida no território em questão, possibilitadas pela viabilidade econômica da atividade agrícola e sua projeção para outros espaços da cidade.

2.1. Caracterização do território e das ações de resistência

No âmbito das Ciências Sociais, o território é entendido como um espaço socialmente construído, que resulta da apropriação humana e de suas dimensões afetivas. São alvos de construções políticas, da dimensão identitária, objeto de reivindicação e palco de ações coletivas. De acordo com Tartaruga (2005, p. 11) “o território deve ser determinado a partir do reconhecimento das relações de poder projetadas no espaço entre os diversos atores”.

Sendo, portanto, resultado das relações sociais existentes em um dado espaço e seus aspectos simbólicos. Na perspectiva do governo, o território assume uma dimensão física, constituindo a base que sustenta essas relações. Nessa perspectiva, o território é apresentado como:

[...] um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, compreendendo a cidade e o campo, caracterizado por critérios multidimensionais – tais como o ambiente, a economia, a sociedade, a cultura, a política e as instituições – e uma população com grupos sociais

relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade e coesão social, cultural e territorial (BRASIL, 2005, p. 7-8).

Com base em ambas as perspectivas – entendendo que não há território sem espaço físico e relações sociais –, o Rio da Prata é entendido como passível de apropriações distintas e palco de disputas, tanto por parte de órgãos oficiais, como por parte dos sujeitos locais. Tais disputas estão expressas nas ações desenvolvidas no plano territorial.

O Rio da Prata é uma localidade que se encontra no bairro de Campo Grande, na Zona Oeste do Rio de Janeiro. Na parte mais alta, podem ser encontrados espaços tradicionalmente voltados para a agricultura que, ao longo da história, apresentou diferentes ciclos produtivos.

Nessa vertente, há uma maior expressão da agricultura da região e consiste em uma das entradas do Parque Estadual da Pedra Branca. Na parte mais baixa, encontram-se muitas casas e condomínios com padrões luxuosos, sendo alvo de grande especulação imobiliária. O Largo do Rio da Prata é conhecido em Campo Grande como polo gastronômico, onde são encontrados diversos bares e comércios locais, com “ar de cidade de interior”, mantendo no bairro uma grande circulação diária de pessoas. Uma foto aqui do largo do Rio da Prata seria bacana.

Apesar das feições urbanas predominantes nos dias atuais, a então chamada Zona Oeste fazia parte da “Zona Rural”, “Sertão Carioca” ou “cinturão agrícola” da cidade. De acordo com Corrêa (1933), o “Sertão Carioca”, descrito na década de 1930, englobava uma área situada entre os Maciços da Pedra Branca e da Tijuca. As atividades características que predominaram nesse período foram atividades extrativas, que deram proeminência à produção de laranja, sobretudo em Campo Grande – conhecido como “*a terra da laranja*”.

Durante muito tempo, a laranja foi o principal produto na composição da renda das famílias de agricultores. Atualmente, o bairro de Campo Grande, em especial, o Rio da Prata, é considerado o maior produtor de caqui do Rio de Janeiro. Também a banana se tornou um importante produto na composição da renda, embora os produtores da região também cultivem hortaliças – mas essas assumem um papel secundário na composição da renda (FERNANDEZ, 2009).

De acordo com Musumeci (1988), até meados do século XX, o “cinturão agrícola” da cidade, que incluía o bairro de Campo Grande, foi impactado pelo processo de modernização da agricultura e pelas transformações nas relações econômicas, os quais passaram a exigir

formas tecnificadas de produção em massa. Com isso, alterou-se o lugar e a relevância dessa agricultura no conjunto de atividades econômicas, no plano das grandes cidades.

A inserção econômica da Zona Oeste no mercado local e nacional foi marcada por diferentes ciclos de atividades mercantis (MUSUMECI, 1988): fornecimento de carvão e lenha para os mercados locais; especificamente, na região do Rio da Prata, o caráter da economia era basicamente extrativista, onde havia uma preocupação maior com os danos causados por essa atividade ao meio ambiente.

Com a transformação de áreas acima da cota de cem metros do Maciço da Pedra Branca em Parque Estadual da Pedra Branca, os agricultores cujos sítios encontram-se nesses limites passaram a ser submetidos a uma série de restrições impostas pela lei de criação da unidade de conservação. Como exemplo, indica-se o impedimento de ampliação dos locais produtivos, de criação de estradas, de roçar terrenos etc.

Além das imposições e restrições por parte do PEPB, a região também vivenciou um crescimento demográfico, acompanhado da especulação imobiliária, especialmente em Campo Grande, no Rio da Prata⁵⁸. Os agricultores dessa localidade reivindicam para si o papel de conter o avanço das moradias para as áreas protegidas. Assim, argumentam serem fundamentais na preservação do meio ambiente.

Diante desse cenário, conforme mencionamos anteriormente, a mobilização política desses agricultores ganhou força por meio de iniciativas de associativismo, como por exemplo, a criação da Agroprata. A partir do projeto de conversão para uma produção orgânica, desenvolvido pela Ong Roda Vida, a fim de não causar danos ao meio ambiente e à saúde dos produtores e consumidores, buscou-se uma forma de lutar pela permanência dos agricultores nos limites do Parque Estadual da Pedra Branca.

Podemos apontar como exemplos de ações que aos poucos caracterizaram as estratégias de luta e resistência pela permanência no território: a adoção de práticas de baixo impacto ambiental; a adoção da identidade de agricultor orgânico (em oposição ao agricultor convencional); a representação no conselho consultivo do Parque Estadual da Pedra Branca; o planejamento e ação em frentes que conferem visibilidade aos problemas locais; a construção e inserção em mercados locais; a participação em projetos, congressos, coletivos; dentre outras.

Em linhas gerais, a ideia de resistência remete às práticas cotidianas de reprodução de uma agricultura local que se encontra fragilizada por um projeto de expansão urbana crescente

⁵⁸ Na região, encontram-se cachoeiras, nascentes e mananciais que abastecem muitas moradias.

ao longo dos anos (MUSUMECI, 1988), o quadro econômico e a transformação de parte do território do Maciço da Pedra Branca em Parque Estadual de mesmo nome. Acrescenta-se o fato do município do Rio de Janeiro ser representado como predominantemente urbano – o que coloca em questão a visibilidade e a própria existência da agricultura familiar.

De acordo com Bourdieu (2006), todo ato de classificação é também um ato de divisão social. Isto é, pressupondo relações de poder, a classificação consiste em uma afirmativa com autoridade de verdade. Entende-se, com isso, que a representação de um espaço como urbano, de uma forma ou de outra, acaba por invisibilizar outras formas de representação. É nesse sentido que a participação nas feiras orgânicas pode ser pensada como estratégias de afirmação da existência da agricultura e da identidade de agricultores na área urbana e periurbana da Zona Oeste do município do Rio de Janeiro.

2.1.1. O Rio da Prata como território reivindicado

Para além da feira orgânica criada nesta localidade, os agricultores do Rio da Prata afirmam sua territorialidade a partir de outras estratégias, como exemplo, destaca-se a recente capacitação de um ator local para a realização de circuito turístico pelos sítios produtivos, com uma rota distinta da “oficial”, proposta pelo PEPB, através da “Trilha Transcarioca”, contando a história de resistência da agricultura ali encontrada e seu papel na preservação do meio ambiente. Dessa maneira, são constituídos tramas e vínculos, a fim de defender o direito ao território. De acordo com Baptista (2014), a partir das representações e lutas simbólicas, defende-se a intrínseca relação com a paisagem cultural que seus ancestrais ajudaram a cultivar e as marcas da infância que constituem a memória social.

No que se refere à ocupação histórica da região, Franco (2014) descreve que há indícios de ocupação do território e de atividades agrícolas desde antes do período colonial. Atualmente, na memória dos moradores mais antigos, ainda são destacadas suas ancestralidades e as tradições locais.

Esses usos feitos por populações periféricas representam, portanto, uma significativa transformação do bioma da Floresta Atlântica, principalmente no que se refere à geração de extensas áreas florestadas. Por outro lado, muito pouco deixaram em termos de documentação escrita acerca da história do vencedor (o dono de engenho, o fazendeiro de café) e não sobre a do vencido (as etnias indígenas, as populações interioranas, quilombolas, caiçaras, etc.). Esta se encontra apenas inserida na paisagem, ou seja, trata-se de um ‘documento’, explicitado pelas numerosas marcas encontradas no

interior das florestas (OLIVEIRA, FRAGA; BERCK, 2011, p. 290 *apud* FRANCO, 2014, p. 53).

A noção de território, tal como é compreendida no meio rural, adquire dupla importância: primeiro, porque inclui um conjunto diversificado de protagonistas e busca superar uma análise estritamente setorial; segundo, porque a noção de território, no meio rural, acena para o processo de desenvolvimento dependente das relações de cada comunidade com seu ecossistema. De modo semelhante, Wanderley (2000, p. 116 *apud* ROCHA *et al*, 2014, p. 4) concebe que:

A abordagem territorial também está estritamente relacionada com uma série de transformações que vêm ocorrendo no mundo rural, com a incorporação de novas dimensões para esses espaços, que não se limita mais à simples produção de alimentos. Lazer, turismo, moradia, preservação ambiental e mesmo a instalação de indústrias e de diversos tipos de serviços estabelecem novas dinâmicas espaciais e enfraquecem os já tênues limites que buscavam diferenciar o rural e o urbano. Como consequência, e como parte de uma nova “ruralidade”, o conceito de território é utilizado como uma abordagem do desenvolvimento, entendido como um espaço ‘delimitado, cujos contornos são recortados por um certo grau de homogeneidade e de integração no que se refere, tanto aos aspectos físicos e às atividades econômicas, quanto à dimensão sociocultural da população local’.

Sendo assim, a concepção de território é caracterizada pelas relações construídas em um determinado espaço, o território em si, e as relações de poder. Como a agricultura do Maciço se faz em meio uma unidade de conservação integral, englobada por uma grande cidade, fica explícito, através de sua lei de criação, que a permanência humana é proibida, exceto para fins de pesquisa – ignorando-se o uso histórico do território e seus aspectos simbólicos. Sobressai o aspecto urbano, onde a relação com a natureza é vista como lazer.

Em outras palavras, as áreas protegidas, dentro do ideal conservacionista, devem ser dedicadas para atividades recreativas, desenvolvimento de pesquisas e conservação ambiental. Entretanto, para os produtores locais, a relação com a natureza é o que dá sentido e sustenta os modos de vida rurais.

As fronteiras entre o rural e o urbano são dinâmicas e difíceis de serem delimitadas. No Plano Diretor, o território é urbano. Já os agricultores do Rio da Prata, frequentemente, exprimem os significados e usos rurais através da forma como se referem ao território:

“Somos da roça”, “nascido e criado na roça”, “vivemos na roça”, “não sabia nem para que lado era a cidade”⁵⁹.

Nota-se que a maneira como o território é classificado por “órgãos oficiais” é distinta da maneira como é apropriado pelos moradores. Até mesmo entre os agricultores do Rio da Prata, o território em questão é rural e é urbano; depende do referencial. Por exemplo, alguns sítios encontram-se acima da cota de cem metros de altitude, sem luz elétrica e recursos tecnológicos. De modo controverso, a criação do PEPB, conforme assinalamos anteriormente, conteve a expansão urbana para áreas remanescentes da Mata Atlântica, onde uma produção de caráter tradicional encontrou alternativas para existir.

A fotografia abaixo foi tirada a partir do Sítio Farol da Prata, localizado dentro da área delimitada como PEPB. Nela é possível perceber a diferença de altitude para as demais áreas do em torno.

Figura 8 – Vista do Sítio Farol da Prata



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

Em livro chamado “Sertão Carioca”, publicado em 1933, Armando Magalhães Corrêa ilustra os usos rurais atribuídos à antiga Zona Rural do Rio de Janeiro, hoje renomeada Zona Oeste. A região era a grande responsável pelo abastecimento agrícola da capital. Em sua obra,

⁵⁹ Alguns agricultores relatam que, antes dos intercâmbios promovidos pela atuação de redes sociais, havia pouco conhecimento sobre a cidade, pois suas vidas estavam restritas à “roça”, conforme costumam representar seus quintais.

o autor já descreve as tensões entre o urbano e o rural e o contraste entre ambos os modos de vida.

Colhidos os cachos nos pés, vão sendo arrumados nos caminhos, para depois serem transportados por burros aos depósitos de beira da estrada de rodagem e, daí conduzidos por autocaminhões ao centro de exportação, no centro urbano, ou por tropas, nos jacás das cangalhas dos burros. É verdadeiramente interessante verem-se os cargueiros ou tropeiros que saem de todas as tocas da zona rural, alta noite, para chegarem, ao alvorecer, ao mercado, mas atualmente, as autoridades não os deixam passar de um certo ponto, por acharem vergonhosa a tropa...

[...] Como verdadeiros abnegados, lutando contra todos os elementos e, finalmente abandonados por nossos dirigentes; quando porventura, cometem qualquer delito, aplica-se-lhes logo a lei, mas a lei feita para 'almofadinha da cidade', não há compreensão de seu meio, de sua mentalidade e de sua vida rural, o que demonstra a necessidade do estudo do habitat rural, como faz a União Geográfica Internacional.

Ao voltarem ao seu rancho trazem o que comer para o dia seguinte, em companhia de sua companheira e filhos (CORRÊA, 1933, p.142).

Na ilustração de Corrêa, apresentada abaixo, destaca-se a proximidade entre a área rural e o centro urbano, que na época, era capital do País. O mapa mostra também a localização e limites dos bairros, assim como contribui para celebrar a Zona Rural como Sertão Carioca.

Figura 9 – Ilustração do Sertão Carioca feita por Armando Magalhães Corrêa (1933).



Fonte: CORRÊA, 1933, p. 273.

Junto às redes sociais formadas em torno da questão da agricultura familiar no município do Rio de Janeiro, o grupo tem atuado no sentido de afirmar no território, considerado urbano em seu Plano Diretor, a existência da agricultura familiar. E, portanto, conferem visibilidade para questões pouco discutidas até então, como, por exemplo, a existência da pequena produção na área protegida, livre de agrotóxicos. Através das interrelações estabelecidas entre diversos atores, no âmbito de redes, pode ser percebida uma valorização da identidade de agricultor.

As ações e debates desses atores promovem aprendizagens e empoderamento, devido ao engajamento em ações diversas. O lugar onde esses debates ganham cor acaba sendo, também, um lugar de discussão de problemas públicos e de suas soluções (TEISSERENC & TEISSERENC, 2013). A defesa do território através de ações públicas tem se mostrado crescente. De acordo com os autores,

a referência do território informando ações públicas que levam à produção de novos territórios; de territórios que se definem em função de sua capacidade de responder aos efeitos da globalização e dos desafios

ambientais; de territórios que nós temos qualificado como “territórios em recomposição” (...) (TEISSERENC & TEISSERENC, 2013, p. 98).

A ideia de “território em recomposição” expressa a noção de que todo território é fruto de apropriação, conforme mencionado anteriormente, mas que pode, também, ser desapropriado e reapropriado de maneiras distintas. É nesse sentido que Haesbaert (2004) afirma que não há “desterritorialização” sem reterritorialização – considerando o território como simbólico, sobre o qual são construídas identidades.

A título de exemplo, os conflitos socioambientais que envolvem a ameaça de desapropriação e que incidem sobre os usos e direitos de populações sobre a terra podem ser entendidos como um processo de desterritorialização, seguido de uma reterritorialização. Esta se expressa na ressignificação da prática agrícola após a transformação do território em unidade de conservação. Conforme escrevem Teisserenc e Teisserenc (2013), são conflitos desse tipo que fazem do território objeto de reivindicações e de ação local.

A apresentação sob diferentes formas a revestir a desterritorialização vai ao encontro da tese da des-re-territorialização sugerida por Rogério Haesbaert na medida em que cada uma dessas formas produzidas pela desterritorialização, gera, por sua vez efeitos de reterritorialização. Esta ambivalência dos efeitos mostra-se cada vez mais importante de ser considerada, uma vez que os territórios da sociedade pós-moderna crescentemente se caracterizam pela coexistência de categorias de populações que conhecem situações socioeconômicas antagônicas e extremas (TEISSERENC & TEISSERENC, 2013, p. 14).

De modo semelhante, a concepção de território e de territorialização exposta por Raffestin (1993) está ligada a uma apropriação do espaço, concreta ou abstratamente. “Qualquer projeto no espaço que é expresso por uma representação revela a imagem desejada de um território, de um local de relações” (RAFFESTIN, 1993, p. 2). Invariavelmente, a territorialidade é uma relação com outros atores, que produzem todo um sistema de relações, de redes, de vizinhanças, que envolvem aproximações e distanciamentos de indivíduos e grupos. O autor assinala que:

Cada sistema territorial segrega sua própria territorialidade, que os indivíduos e as sociedades vivem. A territorialidade se manifesta em todas as escalas espaciais e sociais; ela é consubstancial a todas as relações e seria possível dizer que, de certa forma, é a “face vivida” da “face agida” do poder (RAFFESTIN, 1993, p. 16).

Podemos afirmar que a forma como os agricultores se apropriam do território do Rio da Prata é diferente da forma como os moradores recentes se apropriam do mesmo. A distância simbólica entre o rural e o urbano tem sido ressignificada a partir da criação da Feira Orgânica do Rio da Prata, onde o produtor é também responsável pela comercialização de seus produtos “da roça” para a “cidade”.

De acordo com Raffestin (1993), os grupos residentes tradicionais reivindicam o território diante de inúmeras estratégias, engajam-se em lutas, movimentos sociais, redes de atuação política. Nas palavras do autor,

Estas lutas se apresentam sob a forma de uma defesa dos lugares de vida das comunidades, de sua memória, de seu enraizamento econômico, social e cultural, e se apoiam em uma organização coletiva que se inspira nos princípios de autogestão. São lutas geralmente para reivindicar um “território social” definido como um espaço de pertencimento pelos grupos e comunidades que assumem a reivindicação, e que é ao mesmo tempo um espaço de mobilização onde se afirma a legitimidade de cada comunidade se proteger, se desenvolver, se fazer reconhecer. Essas lutas se nutrem continuamente de uma apreensão coletiva dos problemas enfrentados por cada comunidade no seio do território; elas se beneficiam da emergência de novas identidades que resultam do trabalho de elaboração de um modo de produção alternativo (...) (RAFFESTIN, 1993, p. 7-8).

Com base no exposto, é importante ressaltar que o território não se limita a aspectos físicos, materiais, mas também tem valor simbólico, do “vivido” das comunidades, “das práticas que compõem a vida das comunidades que vivem do e para o território” (RAFFESTIN, 1993, p. 8). Assim, o território é construtor de identidade e de relações, de redes e significados.

Entendido como objeto de reivindicação, espaço de debates e de produção de conhecimentos coletivos, o conceito de território inclui o debate no âmbito político e acadêmico. “Na medida em que esse debate se desenvolve, faz mudar o modo de produção da ação pública, pois o território é reivindicado pelas comunidades e pelo movimento social” (TEISSERENC & TEISSERENC, 2013, p. 106-7).

Portanto, o grande desafio de tomá-lo como objeto de estudo, conforme colocam os autores, remete a sua “tripla acepção”, isto é, perceber o território como (1) objeto de reivindicação do movimento social; (2) objeto de debate no campo acadêmico; e (3) nova categoria de ação no campo político (TEISSERENC & TEISSERENC, 2013). Assim, as ciências sociais se inserem em uma luta de classificações diante da qual é possível registrar o estado dessas disputas (BOURDIEU, 2000, p. 114-5).

A discussão sobre o território e as redes formadas por e a partir de relações territoriais pode contribuir para a compreensão dos significados das ações de agricultores no âmbito territorial. Ou seja, a maneira como os agricultores do Rio da Prata percebem seus territórios remete a discussão sobre o território enquanto apropriação e elemento de construção de identidade. A seguir, buscamos refletir sobre tais aspectos, a partir da relação entre festejos, tradições e relações econômicas. Relações essas que foram determinantes para a construção social da Feira Orgânica do Rio da Prata.

2.2 Sujeitos territoriais, relações econômicas e tradições locais

Os grupos familiares que trabalham na agricultura, em geral, visam permanecer com seus modos de vida, ter qualidade alimentar e uma progressão econômica (SCHNEIDER, 2016). De acordo com Tedesco (2015), os agricultores familiares buscam utilizar recursos do interior das propriedades como estratégia de fonte de renda. São utilizadas as tradições e saberes, artesanais e culinários, os quais dão suporte ao desenvolvimento de atividades econômicas, geralmente informais, denominadas “agroindústrias caseiras” (licores, doces, produtos processados, pomadas, repelentes, temperos etc.), comercializadas em circuitos curtos (PLOEG, 2008), com intensas ligações entre o urbano e o rural. Nas palavras da autora,

os sujeitos territoriais (no caso, agricultores familiares e consumidores) promovem relações econômicas que se embasam em *tradições locais* (essas, narrativamente, transportadas pelo tempo e em espaços não necessariamente definidos no local), em interações com processos relacionais do mundo global (mercados, padronizações, informações, tecnologias produtivas, etc.); esses mesmos sujeitos, em suas dinâmicas produtivas e mercantis, acabam por construir *identificações geográficas* pela promoção de produtos típicos, da “nossa tradição”, reforçando a dimensão *identitária* do produto, como forma de otimizá-lo nas redes mercantis que são produzidas (CERDAN, 2008 *apud* TEDESCO, 2015, p. 68).

A título de exemplo, o vinagre de caqui passa por um processo de indicação geográfica⁶⁰ para ser reconhecido como “o vinagre de caqui do Rio da Prata”. Os agricultores familiares, portanto, buscam uma diversificação de produtos e atividades, com

⁶⁰ Segundo a diretora executiva da associação, o Projeto Enactus tem atuado em função disso. Assim como sua atuação é destacada na construção da Feira Orgânica do Rio da Prata. As considerações acerca desse projeto estão no terceiro capítulo.

emprego de mão de obra familiar, em sintonia com o saber tradicional e o meio ambiente. Nessa perspectiva, encontra caminhos alternativos de comercialização de produtos.

Figura 10- Vinagre de caqui



Fonte: Arquivo pessoal, 2015.

A autora relaciona este conjunto de práticas com a noção de multifuncionalidade da agricultura familiar, a partir das quais se “agregam “várias ações produtivas, técnicas, culturais, sociais, ambientais, territoriais, morais e comerciais, as quais revelam sua importância, estratégias de reprodução e embates sociais e políticos” (TEDESCO, 2015, p. 70-1). Além disso, entende-se que tal multifuncionalidade é dinâmica, condicionada pelos contextos, realidades e situações específicas.

Em tais processos, é evidenciada a referência aos saberes tradicionais que coletividades afirmam em um território específico, em redes de sociabilidades e interrelações econômicas, que atuam na difusão de produtos considerados “típicos” que estruturam identificações territoriais. Com isso, ganha ênfase uma dimensão coletiva que se sobrepõe ao individual. A própria ideia de construção coletiva confere ao local a identificação territorial. Assim, os saberes se disseminam pelo grupo. De acordo com Tedesco, (2015, p. 71-2),

Tempos, grupos e territórios se compõem em uma dinâmica de relações sociais que vão do local a horizontes mais amplos; revelam sujeitos situados que orientam algumas de suas atividades produtivas e comerciais em correlação com sua performance identitária.

Pensar o vinagre de caqui como um produto tradicional, que representa um saber local, requer uma reflexão acerca do que é a tradição no meio rural. A ideia de “produto tradicional” estabelece uma conexão entre pessoas, produtos e lugares (FERRARI, 2011 apud TEDESCO, 2015), tendo como pilar a confiança e a identificação grupal. Assim, as formas de comercialização (como locais de venda e preços) são discutidos e acordados em conjunto.

Do mesmo modo que os produtos podem estar marcados por vínculos territoriais, os festejos também expressam uma cultura local e permitem o desenvolvimento de uma identificação com o território. São também momentos de trocas econômicas e culturais. Tais aspectos são exemplificados a partir da descrição da Festa do Caqui. Na percepção das lideranças da Associação de Agricultores Orgânicos da Pedra Branca (Agroprata), tal festa foi determinante para a criação da Feira Orgânica do Rio da Prata, no local onde ela se situa.

2.2.1. A Festa do Caqui

O Rio da Prata, segundo a diretora executiva da Agroprata, é considerado um dos maiores produtores de caqui do Rio de Janeiro. Devido a grande quantidade do fruto nos períodos de safra e a pouca mão de obra na colheita, uma parte da produção apodrece nas árvores. Para minimizar esse desperdício e fortalecer os agricultores da região, foi criado o Tira-caqui, organizado por atores envolvidos na Rede CAU e Rede Ecológica. Apesar dessa ideia inicial continuar em prática, com metodologias e objetivos distintos, a Festa do Caqui foi criada pelo ex-diretor de relações públicas da Agroprata e faz parte das atividades anuais da associação. Na concepção da diretora executiva da associação, a Festa do Caqui foi criada em 2014 para dar visibilidade para a produção e os produtores, para a associação e suas ações. Em suas palavras:

“A associação, ela já era, podemos dizer, que internacionalmente conhecida e não era conhecida no lugar... a Agroprata. Porque nós tivemos aqui, em 2012, [...] uma comitiva do Rio+20, que foi um evento organizado pela EEA (agência americana ou inglesa que trata de meio ambiente... alguma coisa assim) e aí veio a imprensa internacional, esteve aqui filmando, fotografando e a imprensa nacional não deu a mínima... nós convidamos, mas não deram a mínima. Antes disso, em 2010, nós havíamos participado de um evento internacional em Brasília, que foi a Terra Madre Brasil, do Slow Food, aonde nesse

evento [...] [somente dois membros da associação] foram os únicos que estavam representando a agricultura na Região Sudeste. Não tinha nenhum outro representante. E aí nós passamos a observar que no local não era... a associação não era conhecida. Se chegasse no Largo do Rio da Prata e perguntasse o que era a Agroprata, ninguém sabia o que era. Aí então nós começamos a observar que era necessário que a gente criasse alguma coisa aqui que chamasse a atenção. A primeira coisa foi a Festa do Caqui, que a primeira edição foi em 2014. Nós fizemos a Festa do Caqui no mês de maio e foi um sucesso e logo a seguir, a Festa do Caqui foi em maio de 2015; em setembro de 2015 nós inauguramos a feira. Nós vimos que deu certo, que era possível (E7, entrevista concedida em 02/04/2017).

Deve-se notar que o fator motivador da projeção de um produto local, a fim de trazer visibilidade para a produção e o produtor, inicialmente através da festa, posteriormente com a criação da feira, visa promover uma mudança no olhar sobre a agricultura orgânica encontrada na região. Acreditam que através do ganho de notoriedade, é possível contar a história de resistência da agricultura e promover uma mudança na relação entre os moradores e o órgão gestor da unidade de conservação.

A realização da festa promove uma crescente projeção desses atores e do território. Com uma programação diversificada, busca-se evidenciar valores de cuidado com o meio ambiente, com a saúde alimentar e com aspectos sociais mais amplos. A “Festa do Caqui Rio da Prata”, em 2017, teve sua quarta edição e foi incluída como atração do calendário de eventos de turismo local.

Na página de divulgação da festa, estimou-se a busca de aproximadamente cinco mil pessoas, nos três dias de festividade, mobilizadas por *“um estilo de vida mais saudável, preocupado com a sustentabilidade do planeta, que estão cada vez mais presentes a cada ano, e no dia a dia dos consumidores, provocando crescimento consistente do consumo de produtos orgânicos, na cidade maravilhosa, ora, Rio da Prata”*. Essa postagem foi feita em rede social da internet:

“o evento está virando um marco na cultura ambiental da cidade maravilhosa, é visto como o de maior potencial no segmento de alimentos sem agrotóxico, trazendo empregos, criando oportunidade única, que levam em sua composição das matérias-primas e atrações turísticas para a região. Os [...] fundadores da Festa do Caqui Rio da Prata, que tem na organização⁶¹, a Caseirolé promoções e eventos juntamente com a conceituada, Crewolada produções, tendo o apoio e as parcerias da Feira Orgânica do Rio da Prata, Superintendência Regional AP 5.2, ABIO, FURNAS, Parque Estadual da Pedra Branca, INEA, Defensores do Planeta, UP!Essência, Colégio Santos Maia, Antigo Rio da Prata, Tico Fotógrafo e Associação Somar para diminuir, que será agraciada com as doações de alimentos não perecíveis a serem arrecadados e doados pela Festa do Caqui Rio da Prata, edição 2017”.

⁶¹ Foram listados diferentes atores e organizações como apoiadores da Festa do Caqui.

O tema da Festa do Caqui deste ano foi “*Desenvolvimento sustentável, cultural e socioambiental de Campo Grande*”. Nesta edição foram apresentados os talentos artísticos regionais, além da diversidade gastronômica e cultural local. Os agricultores da região inseridos na Agroprata comercializaram os produtos locais, pois a festa aconteceu concomitante a realização da feira. Nesta ocasião, participaram também produtores que não estão na Feira Orgânica do Rio da Prata. Além das barracas de produtos orgânicos, também tinham muitas barracas de artesanato. Havia entre elas uma divisão espacial, uma vez que as regras que regulamentam as feiras orgânicas dispõem sobre a necessidade de produtos orgânicos serem comercializados em separados de outros produtos sem tal certificação.

A programação da festa contou com a atuação da Guarda Nacional Ambiental, ajudando e orientando as pessoas através de seu Grupamento Tático Ambiental; uma “*Ação Social da Agroprata*”, com aferição de pressão, medição de glicose e orientação de enfermagem, em parceria com o Colégio Santos Maia; além disso, os agricultores orgânicos da região disponibilizaram os produtos da terra e pratos típicos da região. No local, encontra-se um lago para “*pesque e solte*”; houve doação de mudas de plantas nativas e a campanha de doação de alimento para instituição social de caridade; além de mostra de fotografias e artesanato, música, poesia, etc. No espaço encontra-se, também, um parquinho para crianças e uma parte destacada com a exposição de animais (bode, galinha, coelho, peru, ganso, dentre outros). Por fim, aconteceu também uma “*caminhada ecológica*”, com o Condutor de Trilhas local, credenciado pelo INEA (PEPB).

Em linhas gerais, os mentores da festa consideram ser uma iniciativa com o objetivo de “*valorizar os produtores rurais, familiares e agroecológicos da agricultura regional e dos integrantes da Agroprata, onde serão comercializados o caqui fruta, caqui passa, vinagre de caqui e outros produtos cultivados dentro do Parque Estadual da Pedra Branca na cidade maravilhosa*” (trecho retirado do perfil virtual da festa).

De acordo com Tedesco (2015, p. 73), os festejos conferem identidades aos territórios e grupos sociais, revelando, assim, ser um espaço também de valorização de mercado “aos nossos produtos”. Tais produtos “carregam sentimentos de pertencimento, como recursos produzidos e mobilizados por sujeitos em interação com seu meio, oportunidades para integrar, renovar, inovar e reconstituir valores e saberes” (CERDAN; FOURNIER, 2007 *apud* TEDESCO, 2015, p. 73).

Valores simbólicos, práticas culturais, relações de interconhecimento, relações sociais, comunitárias, de vizinhança, dentre outras, continuam

sendo elementos constitutivos do espaço social da vida colonial, mas que se entrelaçam com outros da *cultura urbana*; temos a convicção, sim, que o que cimenta e solidifica formas modernas de produzir o acervo histórico-tradicional, envolvendo a família, relações de trabalho, gênero, produção e reprodução de patrimônio e das pessoas (TEDESCO, 2015, p. 75).

Com ênfase no aspecto das relações sociais, estamos de acordo com esta ideia, ao considerar que

Confiança, interconhecimento, passados comuns, identidades de produtores rurais, obrigações/ reciprocidades entre vizinhos, solidariedade, família como unidade de produção, de cultura e de convívio, etc. são valores que se imprimem em territórios a partir da identificação de grupos sociais (SABOURIN, 2007 *apud* TEDESCO, 2015, p. 77).

Através da festa obtém-se o triplo resultado de divulgação da associação e dos produtores, dos produtos tradicionais e da história de resistência da agricultura no Maciço. A partir dessa contextualização, o próximo capítulo pretende aprofundar o mercado construído por esses atores sociais, imersos em redes sociais, com atividades enraizadas no território, produzindo laços sociais e representações do uso rural e histórico da região. Tal apropriação evidencia-se quando, frequentemente, é afirmada a tradição local como anterior a criação do Parque Estadual da Pedra Branca, com cerca de 300 anos.

[...] sentir-se *territorializado* não significa estar definido num único e delimitado espaço geográfico; significa, sim, a afirmação consciente de seu lugar, de cidadania, de reprodução de seu *ethos* de trabalhador rural, de fazer parte dos circuitos que definem um pertencimento de um grupo juntamente com as esferas de comercialização de seus produtos; envolve redes e circuitos entre famílias, parentes, passado e presente, bem como vínculos comunitários. Perder esses referenciais significa, no interior do próprio espaço, estar *desterritorializado* (CARINI, 2010 *apud* TEDESCO, 2015, p. 80).

Concluimos, assim, que “a *(re)territorialização* das unidades familiares depende das condições objetivas que viabilizam sua dimensão econômica, da correlação que une o produtor ao seu espaço”. Em outras palavras,

[...] damos ênfase ao fato de que agricultores familiares constroem e reconstroem passados e presentes em seu cotidiano de trabalho e em suas relações mercantis e de sociabilidades; (re)elaboram experiências fundadas na cultura e nos processos sócio-históricos de seu meio local e global, no trabalho e nas relações sociais, tendo a família como base na agregação de

saberes tradicionais formadores de seu patrimônio cultural, sendo esse fundamental na construção social de mercados (TEDESCO, 2015, p. 87-8).

Desde a primeira edição da Festa do Caqui, realizada em 2014, houve um aumento expressivo da circulação de pessoas no Rio da Prata. Segundo o idealizador da festa:

“A Festa do Caqui começou um ano antes da feira. O surgir da festa é que eu fiquei dois anos no papel. E eu recebi ‘não’ de vários órgãos governamentais. Eu já queria fazer Festa do Caqui. Ela era ‘Festa do Caqui’, somente, depois que veio a ser ‘Festa do Caqui Rio da Prata’, porque a minha ideia é que ela abranja a comunidade do Rio da Prata. Quando eu criei a Festa do Caqui, não sabia que tinha essa proporção toda. No primeiro ano [2014], mil, duzentos e poucas pessoas em um dia. No segundo ano [2015], em torno de cinco mil pessoas, três dias. Terceiro ano [2016], duas mil e quinhentas pessoas em dois dias, que foi fora da época, foi 21 e 22 de maio, que a festa é sempre primeiro de maio. E esse ano, até o prezado momento, desde sábado, já tem umas sete mil e quinhentas pessoas. Foi um crescimento de 50%, mais ou menos. Então, quer dizer, a festa é para poder mostrar que não somos nós que falamos, é o Ministério de Agricultura fala que o Rio da Prata é o maior produtor de caqui e a Agroprata é considerada a maior produtora de caqui, tanto é que é só ela que fornece para o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Aí a questão da festa, se você ver, todo ano é diferente... um ano tem chefe de culinária, no outro sustentabilidade, esse ano já é um ano mais social. A Festa do Caqui resolveu aderir ao projeto de doação de alimentos para quatro instituições. A Festa do Caqui, no meu ponto de vista, em quatro anos, são parceiros que estão ajudando, tem uma tenda de 30x11m para não pegar sol ou chuva em ninguém. Parte de agricultura orgânica junto com o artesanato. Hoje a Festa do Caqui está agroecológica, porque abrange tudo. Abrange a gastronomia, tem um lado só de alimentação, não quis que fosse tudo misturado, porque eu acho que alimento é uma coisa, produção é outra e artesanato é outra. Esse ano eu me surpreendi muito, tivemos muitos parceiros. Me surpreendi até com o PEPB, que chegou tão bem com a gente, como parceiro forte, ninguém gostava de INEA, de PEPB. E hoje eles são amigos. Quer dizer, o diretor que estava nele... a vice-diretora [...], eu falo por eles, e alguns guardas-parque, [...] e tal, porque pra ter uma ideia, na Festa do Caqui, estamos tendo caminhadas, eu tenho um condutor de trilhas históricas que vai até o jequitibá, e conta um pouco da histórica, da toca do índio, [...] que é credenciado pelo INEA e é o presidente da Comunidade Remanescente de Quilombola Dona Bilina do Rio da Prata. Ele [o guia] chegou e falou para mãe, que é a diretora executiva da Agroprata, e falou assim ‘se alguém tem que contar a história daqui, sou eu, que eu conheço, eu vivi aqui, eu vivo aqui, sou morador daqui, eu tenho descendências. Então quem tem que contar a história daqui? Alguém de fora que não tem nada a ver?’ Então é isso que eu incentivo as pessoas. Festa do Caqui na cidade do Rio de Janeiro é a única. Mas eu gostaria de poder, a partir do Folha Flor, no São Jorge, eu queria botar um arco ali que fale assim ‘seja bem-vindo à cidade da Festa do Caqui Rio da Prata’. Quando tem Festa do Caqui, tem renda, tem economia, as pessoas têm um décimo terceiro a mais. Porque eles vendem. Foi colocado mais de 200 caixas de caqui e está saindo. O preço é bem mais acessível que do Circuito Carioca. Mas por quê? Porque o objetivo é que as pessoas conheçam e comam o caqui. Esse ano o suco de caqui está sendo um sucesso. Começou ano passado. E esse ano ainda tem caipirinha de caqui, licor de caqui. A minha ideia de Festa do Caqui é a ideia de festa na roça que tinha antigamente. Não sei se você lembraria, mas são memórias, é para que a família chegue aqui e fale assim ‘é a primeira vez que eu venho aqui, mas eu quero vir aqui direto’. Veio um secretario de meio ambiente e agropecuária e agricultura de Nova Iguaçu e ele está aí, ele viu no perfil da internet e fez questão de trazer a família. Ele veio, tirou foto, para fazer um

modelo mais ou menos. Eu me preocupei com a sustentabilidade, eu me preocupei com o social, com a educação ambiental, me preocupei com o quilombola, com a cultura em si. Vamos para o lado da agricultura. Foi a forma que eu achei de propagar, divulgar e a comunidade e o povo que não conhece, conhecer o agricultor, o cara que mete a mão na terra, colhe um produto sem agrotóxico, uma coisa sem veneno, natural, uma coisa que vem de geração em geração. Eu não tenho esse negócio de título [... citar o nome de quem criou]. Meu objetivo é que essa festa se torne uma festa da comunidade da agricultura no Rio de Janeiro. Isso daqui é uma situação que eu amo a natureza. Dinheiro para mim, eu ganhar, não. Mas eu sei que um dia isso pode acontecer. O que eu combinei com eles [foi] o seguinte: vinte por cento do que possa ocorrer vai ser para quem fundou porque tirou do bolso o décimo terceiro, salário do mês, mas teve que fazer. A divulgação é cara e esse ano foi tão bem divulgado que já tivemos mais de sete mil pessoas e no primeiro dia com chuva. E eu concorro com uma porção de festas na região, festas religiosas, mas o público vem. No início, a própria Rural [UFRRJ] [...], foram parceiros, eu sei que são parceiros, mas como agora lá em Vargem Grande tem uma feira, tem quilombola, então são coisas que eu sei que futuramente vai acontecer lá. Essa é uma visão. Vamos ver se nas próximas festas nós podemos continuar rural, continuar roceira, mas dando um pouco mais de conforto para as pessoas, que seria padronizar as barracas, ter um palco, tem a orquestra da guarda nacional ambiental que fizeram questão de se apresentar. A festa são parcerias. Teve uma divisão de tarefas. [...], Mas depois dessa festa eu vou reunir com todo mundo para ver os prós e contras pra no próximo ano ter ajuda com custos financeiros. Ano que vem quem dera eu trazer um circo, trazer um touro mecânico, quero colocar um pau de sebo com um vale 100 reais. Trazer um pouco mais do folclore da nossa região. Eu quero reunir os três quilombos do Maciço da Pedra Branca com a programação cultural e ajudar na estrutura da festa. Eu quero trazer a regionalidade, ver se alguém faz comidas típicas da região porque as pessoas procuram. Tem o café da roça, vão fazer a trilha, depois vão almoçar na casa de um agricultor ou agricultora. Tem a casa de cultura do Rio da Prata que está pra sair do papel. Ter um lugar onde o agricultor possa ir lá ensinar a plantar, ter culinária gastronômica, workshop, ensinar a fazer muda... eu quero envolver a gastronomia, a cultura, a educação, o meio ambiente e o turismo... continuar social... faço questão que fale que a Festa do Caqui é da Agroprata desde que lembre de quem começou. Por que que é deles? Porque são os maiores produtores. Mas na hora de meter a mão no bolso, buscar parcerias, não se moveu ninguém. A associação está com 32 associados e vai fazer 17 anos. Na festa, todos eles participam, eles se revezam. Esse ano a Festa do Caqui e a Agroprata fez uma menção honrosa ao [gestor do PEPB] pela colaboração e incentivo dele dentro do PEPB. Ele como gestor fez questão de conhecer os agricultores e o outro que ficou cinco anos só apareceu uma vez. Hoje se perguntar como é a relação entre a feira, a festa, a Agroprata, agricultores, com o INEA e especialmente com o PEPB eu digo que é excelente. E isso foram conquistas. Nem todo mundo pensa dessa forma. Tem gente que é contra. Muitos parceiros não entraram no folder porque teve que mandar com antecedência. O Enactus ajudou na feira orgânica, não teve participação direta na festa. O projeto ganhou o prêmio mundial na China de agricultura orgânica, num projeto de sustentabilidade, educação ambiental e meio ambiente. Foram em cada sítio, em cada roça, para conhecer cada detalhe da roça. Foi um momento importante para a agricultura local. Nós estamos agora lutando para que seja reconhecido agora pela prefeitura nem que seja uma coordenadoria de agricultura, estão solicitando uma comissão, um conselho municipal de agricultura, e um projeto de lei que será levado pelo vereador [com representação local] para que possamos no Rio de Janeiro ter representatividade da agricultura porque só a nível de Estado que tem. Ano que vem poderá ser viável ter uma subsecretaria de agricultura vinculada a uma secretaria porque ele não quer abrir uma secretaria e nós solicitamos que fosse do meio ambiente, porque tem a ver com a roça. Se esse ano foi legal, eu quero que ano que vem seja ainda melhor. Eu não visio dinheiro, eu faço festa para bater palma para todo mundo. Meu coração tá tranquilo porque poderia aparecer outra pessoa pra

fazer e não apareceu. Eu tive essa visão que tinha que fazer alguma coisa pela agricultura local, principalmente a agricultura familiar orgânica. Porque quando eu vim para cá, há doze anos atrás, e a gente veio, dois anos depois a gente já estava envolvido com a Agoprata. A minha esposa recebeu uma proposta e acabou sendo a diretora executiva da Agoprata e já vai para o terceiro mandato. Eu estou inserindo gente. Porque é gente que cuida da gente. Eu estou até parafraseando o slogan do prefeito. Porque eles precisam de gente que possa apoiar, os agricultores” (E7, entrevista realizada em 02/04/2017).

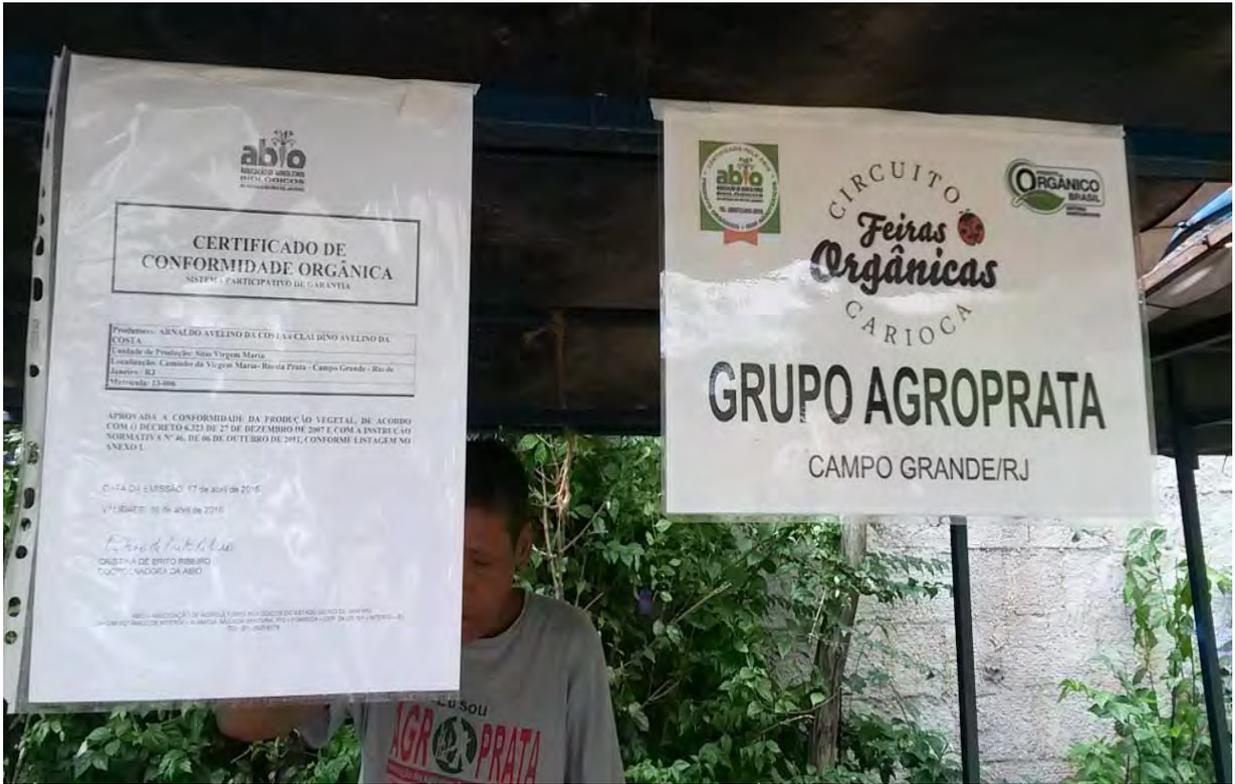
Nesta fala destacam-se os sentidos de abnegação e dedicação comunitária, atribuídos à liderança da associação e seu papel de mentoria da “Festa do Caqui”. Também se observa a centralização da organização da festa na figura do ex-diretor de relações públicas. Não há referência à ideia inicial do Tira-caqui, que continua acontecendo desde 2011 e neste ano acontece na vertente de Vargem Grande. A centralização de tarefas, as metodologias adotadas e as formas de parcerias estabelecidas, contrastam com o modelo de organização do Tira Caqui construído pela Rede CAU e a Rede Ecológica ao longo dos anos.

Com base no exposto, pode-se compreender a que a Festa do Caqui é considerada pelo seu mentor – como uma iniciativa bem-sucedida, pois gera renda para as famílias e possibilita maior visibilidade para os produtores locais, que reclamavam serem invisíveis dentro da cidade do Rio de Janeiro. Com o passar dos anos, a festa tem trazido mais pessoas que antes desconheciam totalmente a existência da agricultura no bairro de Campo Grande. Pensando nessa crescente visibilidade, nas imagens a seguir, é possível observar as mudanças na dinâmica e organização das Festas do Caqui realizadas até o momento. Dentre essas, não dispomos de registros de sua primeira edição, realizada em 2014, antes da criação da Feira Orgânica do Rio da Prata. Nas edições seguintes, realizadas em 2015, 2016 e 2017, no final da safra da fruta – geralmente em abril e maio – destaca-se a ampliação do número de barracas e as alterações em suas apresentações visuais.

Figura 11 – Segunda edição da Festa do Caqui.







Fonte: Arquivos pessoais, 2015.

Figura 12 – Terceira edição da Festa do Caqui









Fonte: Arquivos pessoais, 2016.

Figura 13 – Quarta edição da Festa do Caqui









Fonte: Arquivos pessoais, 2017.

É importante notar que a festa pode ser entendida como expressão de uma rede de relações, uma estratégia de comercialização, uma forma de expor a produção local e os produtores e suas histórias, um jeito de fortalecer o associativismo; também expressa

conflitos, silêncios, relações de poder. Acaba expressando, também, a distribuição de capitais simbólicos, uma vez que os produtores não são os atores principais na organização da festa. A atuação de parceiros, e dentro dessa categoria cabem diversos atores, faz-se necessária por conta das dificuldades econômicas vividas pelo grupo.

“Foi o [citou o nome de seu esposo] que criou e esse ano ele entregou a festa para a associação, a associação é a realizadora e ele continua sendo gestor, quem organiza e pensa em tudo. Esse ano não conseguiu patrocínio com verba, conseguiu ajuda de parceiros que ajudam em alguma coisa. A divulgação é pela internet e esse ano tem alguns panfletos. Dois parceiros trouxeram a ideia de fazer algo social. Ano passado teve a doação de alimentos, não cobra a entrada, pede um quilo de alimento. Atualmente o diretor de relações públicas da associação é o [dono do sítio onde a feira é realizada]. Vamos colocar uma barraca do caqui, com degustação do caqui, vinagre de caqui, caqui-passa para a degustação, nessa barraca vamos providenciar uma forma, um meio para contar a história do agricultor. Nas últimas festas eu tenho falado da história do caqui, na representação do caqui pra região, mas parece que as pessoas nem prestam muito atenção e tendo um lugar assim acho que vai ficar melhor” (E6, entrevista realizada dia 29/04/2017).

Quando voltamos o olhar para as percepções dos agricultores, notamos muito trabalho na comercialização, conversas informais, mas relatos breves sobre como os mesmos percebem a festa. Para eles, a festa é um momento importante para o escoamento da produção de caqui. Nota-se que há um maior domínio na parte prática, isto é, no trabalho, na produção e comercialização. Embora o planejamento da festa seja feito no âmbito das reuniões ordinárias da associação, a maior parte dos produtores não participa ativamente das discussões ou dos processos decisórios.

Podemos concluir que a projeção da produção local projeta também as dificuldades e desafios encontrados no plano territorial. A festa foi pensada, então, como uma estratégia de enfrentamento desses problemas, tais como a invisibilidade da pequena produção na maior unidade de conservação em área urbana do mundo e na grande cidade do Rio de Janeiro, onde os órgãos oficiais atestam a inexistência da agricultura familiar. Nessa mesma perspectiva, os atores criaram a Feira Orgânica do Rio da Prata, que será abordada no próximo capítulo.

CAPÍTULO III: A FEIRA ORGÂNICA DO RIO DA PRATA: SOCIABILIDADES, APROPRIAÇÃO DO TERRITÓRIO E EXPRESSÃO DE RESISTÊNCIA

Conforme discutimos nos capítulos anteriores, o acesso a mercados alternativos é uma das expressões de resistência da agricultura. As iniciativas de construção de mercados de alimentos orgânicos expressam identidades, territorialidades, conflitos e as relações sociais estabelecidas nesses mercados. No presente estudo, tais aspectos são pensados para descrever o processo de construção social da Feira Orgânica do Rio da Prata, de modo relacionado com contextos mais amplos aqui sinalizados. Isto é, a formação dos circuitos de mercados locais, a atuação de atores e redes, as relações associativas e a apropriação do território. Inicialmente, apresentamos o processo de construção da referida feira, atentando para os atores sociais envolvidos nesse processo, bem como as estratégias adotadas e, por fim, os valores e significados projetados por esses sujeitos.

3.1. A criação da feira

Conforme mencionamos anteriormente, a da Feira Orgânica do Rio da Prata resulta de (i) experiências anteriores em outras feiras convencionais; (ii) da experiência de construção da primeira feira orgânica da Zona Oeste, a Feira Orgânica de Campo Grande, viabilizada através da capacitação orgânica desenvolvida pela ONG Roda Viva entre 2001 e 2003; e como resultado desse projeto de conversão orgânica, destacamos (iii) o fortalecimento do associativismo entre os produtores e (iv) as relações sociais estabelecidas em redes de mobilização política; no âmbito dessas relações entre os associados e outros atores (como a ONG AS-PTA e a Rede Carioca de Agricultura Urbana), em articulação com o projeto *Profito*, realizado entre 2006 e 2013, destaca-se (v) o estímulo à autonomia dos agricultores e a valorização dos produtos produzidos pelos agricultores, com a capacitação para a produção e beneficiamento de plantas medicinais; inclui-se ainda a (vi) participação em feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, criado em 2010; (vii) a experiência da primeira Festa do Caqui; e (viii) o projeto *Agross* desenvolvido pelo Enactus Brasil através do CEFET.

Antes do projeto de conversão para uma agricultura orgânica, desenvolvido pela ONG Roda Viva, a maioria dos agricultores não utilizava agrotóxicos em suas plantações. Contudo,

a percepção de que “já eram orgânicos e não sabiam” só veio após o projeto. Nesse contexto, a maioria dos agricultores estava inserida em feiras convencionais. Havia entre eles o desejo de acessar um mercado específico para escoamento da produção orgânica, que até então só existia na Zona Sul da cidade. Além da distância, que inclui a necessidade de frete, a Feira Cultural e Orgânica da Glória tinha um caráter restritivo que impedia a entrada de novos produtores.

Diante disso, os produtores do Rio da Prata, motivados pelo projeto de capacitação e pelo empoderamento resultante da consolidação da associação, criaram a primeira feira orgânica da Zona Oeste. O pioneirismo desses produtores na construção da Feira Orgânica de Campo Grande – que depois passou a ser chamada de Feira Agroecológica de Campo Grande –, conforme narram os agricultores que se envolveram nesse processo, é expressão da resistência da atividade agrícola, diante de um cenário político-econômico muito desfavorável.

Ou seja, a produção realizada em espaços denominados no Plano de Manejo do Parque Estadual da Pedra Branca como “áreas de uso conflitante”, submetidas a uma série de restrições impostas pela lei de criação da unidade de conservação e que põe em xeque a própria permanência desses agricultores, assume o importante papel de abastecer com produtos saudáveis uma população pouco sensibilizada para o orgânico e com baixo poder aquisitivo.

Diante desse cenário, a Feira de Campo Grande começou com a participação de cerca de dez agricultores, segundo uma das agricultoras fundadoras desse mercado. A feira, que foi criada em 1999, continuou suas atividades com um número pequeno de produtores. Aos poucos, outros agricultores buscaram a entrada na feira. Para participar desta, era necessário fazer parte da Associação de Agricultores Orgânicos da Pedra Branca – a Agroprata.

Com isso, a associação ampliou seu quadro de associados. A entrada de novos membros, com outras experiências e formas de pensar resultou na dinamização das atividades da feira e em divergências internas entre os novos associados e as lideranças da associação. Em 2012, a feira foi reinaugurada, com o apoio da Rede Carioca de Agricultura Orgânica e da ONG AS-PTA. A gestão, antes centralizada nos mesmos atores, começou a ganhar outras feições, com iniciativas de outros atores na divulgação e planejamento das ações da feira. Por esses motivos, houve uma cisão da gestão da Feira de Campo Grande, em 2014, que passou a ser feita de modo independente pelos feirantes, a partir da formação de regulamentos internos que introduz rodízios na gestão.

Dessa primeira experiência, alguns dos associados envolvidos na construção da Feira de Campo Grande e que dela participavam, atuaram na construção da Feira Orgânica do Rio da Prata, no mesmo ano. Ao conversar com uma das fundadoras da primeira feira sobre a construção de ambos os espaços de comercialização, localizados no bairro de Campo Grande, ela ressaltou que a maioria dos agricultores que estavam na primeira feira não participaram da criação da segunda. O indicativo desse conflito foi descrito pela mesma como “*um clima meio estranho*”. Por outro lado, nas falas das lideranças da associação, a cisão na gestão não foi o fator decisivo para a criação da Feira Orgânica do Rio da Prata. Pois argumentam que a ideia de construir uma feira orgânica no Rio da Prata, em Campo Grande, já existia e esteve durante muito tempo “*em fase de incubação*”. Esta feira, segundo a diretora executiva da associação, foi criada como forma de dar visibilidade para a agricultura da região.

Cabe assinalar que o enfrentamento da invisibilidade sobre a agricultura existente no Maciço da Pedra Branca, em suas diferentes vertentes, vem sendo desempenhado por diferentes frentes de luta, em meio a redes sociais. Nessas redes, movidas pelo ideal agroecológico, visam parcerias e horizontalidade nas relações, articulando atores e organizações com ideologias afins. Para exemplificar os efeitos desse processo, a Feira Orgânica de Campo Grande passou a ser chamada de Feira Agroecológica de Campo Grande. Desse modo, a Feira de Campo e a Feira do Rio da Prata acabaram por seguir caminhos convergentes, mas distintos. A Feira do Rio da Prata atua com foco maior nas particularidades do território; da localidade do Rio da Prata. Certamente, apoia as questões mais amplas que são discutidas no movimento agroecológico, no que tange a agricultura familiar, mas tem pouca atuação nas redes de agroecologia municipais e estaduais. Como efeito disso, nota-se que há também menor atuação e apoio dessas redes na Feira do Rio da Prata, ocasionada em certa medida por uma concentração das tarefas em lideranças da associação.

Ao buscar os diferentes pontos de vistas acerca do processo de construção social da Feira Orgânica do Rio da Prata, é possível identificar enfoques em atores sociais distintos, que explicitam diferentes significados. No ponto de vista do diretor de relações públicas da feira, sem fazer referência à experiência anterior, demonstra que a ideia de criar uma feira próxima aos sítios produtivos surgiu há três anos, mas não encontrou muita aceitação em meio aos associados, por considerarem o local de “*difícil acesso*”, “*ser um pouco isolado*”, mas, segundo ele, tendo a internet como aliada haveria uma maior circulação de informações. Ele contou que alguns agricultores acharam que daria certo e começaram a feira com cinco ou seis agricultores. Para ele, atualmente, outras pessoas estão vendo que deu certo e querem entrar, mas a entrada somente seria possível através de convite “*por questão de justiça e de*

direitos”. Ele explicou que não dá para abarcar todos os agricultores porque não tem uma diversificação grande de produtos: “*Se todos participassem seriam mercadorias repetidas e ninguém ganharia quase nada*”. Ele contou ainda que nos dois anos iniciais, a feira não teve grande frequência de consumidores, como tem hoje, mas logo no início contava com a circulação de pessoas que dava “*para os agricultores ganharem alguma coisa*”. Essas pessoas que vinham, chamavam outras pessoas e, assim, “*a circulação de pessoas vem pela divulgação boca-a-boca*”. Nesses três anos de feira, houve um crescimento notório no número de pessoas que frequentam a feira. Para ele, o crescimento tem que ser gradativo, porque um crescimento alto do público pode ser maior que a capacidade de atendimento desse grupo. Atualmente, estima-se que cerca de 200 a 300 pessoas frequentam a feira aos domingos⁶². Na percepção deste, o intuito de criar uma feira, próxima aos sistemas produtivos, era ajudar os agricultores da região a ter um ganho por fora, além do que já possuíam, e que não precisasse de frete e transporte. Ele avalia que deu certo e acha que vai melhorar ainda mais.

Percepção semelhante é a expressa pelo mentor da Festa do Caqui, ex-diretor de relações públicas da Agroprata. Nas palavras deste,

“A feira aconteceu em setembro de... [2014] vai fazer três anos. Foi uma parceria entre ENACTUS, CEFET, AS-PTA, com os agricultores da Agroprata. Tive a ideia já há muito tempo. Na época era diretor de relações públicas, conversando com a minha esposa que é a diretora executiva da Agroprata, vimos que há uma necessidade de ter uma feira aqui, mas nem todo mundo foi muito favorável a isso. Aí eu falei: poxa, mas eu já comecei uma Festa do Caqui e vocês [agricultores] expõem [os produtos] e vocês [agricultores] viram que dá certo, mas qual dia? Terça, quinta e sábado tem do Circuito. Então vamos fazer domingo. E aqui é próximo à plantação deles. Aí nós conversamos, batemos papo, o pessoal começou a entender o que que era, mas demorou um período pra isso se concretizar, porque houve resistência no início. No início não foi muito..., mas hoje a feira tá sendo algo bem diferencial, porque eles... ontem, por exemplo, hoje [segunda-feira, último dia da Festa do Caqui 2017] não tem quase mercadoria nenhuma. Eu digo ontem [sábado], porque a feira é aos domingos. Aí dessa feira surgiram muitos... não vou dizer que é cópia, mas gostaram da ideia e implantaram, como Vargem Grande, só que lá é agroecológica, aqui não, aqui é orgânico. Mas tudo é agricultura familiar [grifo nosso]. Aí aos poucos veio um, outro, aí cada um se incumbiu de colocar uma mercadoria em cada semana. O [...] [um dos agricultores] resolveu só aos domingos por o trabalho dele aqui e ele tem outra, a de Ipanema. É o único agricultor da região que faz dessa forma. A ideia começou mesmo com a galera do Enactus, do CEFET, que começou a dar todo o respaldo. Aí conversando com a AS-PTA, a Rede Carioca de Agricultura Urbana, [...] Tivemos apoio no início de algumas outras instituições. Mas hoje, a feira, surgiu essa vontade de unir o útil ao agradável, a convidar a comunidade a

⁶² Informação passada pelo diretor de relações públicas da feira, que também é dono do sítio onde a mesma é realizada e trabalha com o “Cafê da Roça”

conhecer o produtor local. E está dando certo.” (E7, entrevista realizada dia 29/04/2017).

Ao elencar as relações sociais que culminaram na construção da Feira Orgânica do Rio da Prata, não há distinção entre os atores e redes apontados como parceiros na criação desta feira. A distinção entre orgânico e agroecológico não é explicitada, mas há a sugestão do “orgânico” como algo a ser valorizado, estando acima do que “agroecológico”. Tais fatores sugerem a pouca penetração dos valores da agroecologia entre os agricultores locais e da dimensão política dos mercados. Atores como AS-PTA e Rede CAU politizam o debate acerca de que mercados são construídos e acessados, quais são seus objetivos e ideologias. Nessa ótica, não se identificam com o projeto Enactus que atua dentro de uma lógica empresarial e com metodologias menos participativas, orientadas por um certo assistencialismo. Na avaliação dos membros da Agropрата, o projeto veio para ajudar os produtores, assim como entendem os primeiros. Por isso, todos são colocados como “parceiros”.

Voltando a atenção para a percepção dos agricultores que participam da Feira Orgânica do Rio da Prata, esta é mais uma oportunidade de escoar a produção. Atualmente, fazem parte desta feira seis agricultores. Dentre esses, apenas dois só fazem esta feira. Os demais participam de pelo menos uma outra feira orgânica do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Nas falas desses últimos, uma representação se repete, variando muito pouco em sua forma: *“a feira é boa porque é aqui pertinho, não precisa de frete”*. Isto é, a proximidade entre local de plantio e comercialização é sinalizado como o ponto forte pelos agricultores que participam de mais de uma feira orgânica. Mas na avaliação dos mesmos a quantidade de produtos vendidos em feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas é maior se comparada com a feira local – exceto em dias de festas⁶³.

No que tange a divisão de tarefas e organização da feira, o diretor de relações públicas é o responsável pela organização da feira, por ser o dono do sítio onde a mesma é realizada. Outro agricultor cuida das hortaliças – muitas delas são trazidas do Brejal e outras são produzidas pelo núcleo familiar. Mas, por conta de problemas particulares, ele tem trabalhado sozinho e, por participar de várias feiras, não tem tido tempo para cultivar hortaliças. A falta de tempo é agravada no período de colheita de caqui, pois o fruto é o grande responsável na composição da renda dos produtores da região, além da banana que *“dá o ano todo”*.

⁶³ A exemplo disso, na última edição da Festa do Caqui, que ocorre concomitante às atividades da feira, foram vendidas, nos três dias de festa, cerca de 200 caixas de caqui, além dos outros produtos que são comercializados na feira.

Na realização da feira, por conta da pouca diversificação de produtos, há um revezamento entre dois agricultores, que comercializam aipim, tomate e outros produtos da região; um agricultor fica responsável por comercializar apenas a banana; outro agricultor vai toda semana, porque leva também as hortaliças; uma agricultora leva plantas medicinais, pomadas e repelentes que aprendeu a produzir através do projeto Profito, além de doces e receitas de família; e tem também a mercadora, que comercializa produtos secos orgânicos e agroecológicos fornecidos por empresas do estado do Rio de Janeiro e São Paulo.

No que tange a administração da feira, quando é necessário algum investimento ou mudança, os agricultores que participam da feira, diretamente, discutem as questões entre eles mesmos. Apenas quando se trata de assuntos mais complexos, resolve-se na associação, que é a oficial gestora da feira. Para o diretor de relações públicas da feira, esta é uma “*extensão da associação*”: “*se vai ter uma representação do pessoal fora da feira precisa de uma autorização da associação*”. Todo o custo da feira é dividido entre os participantes – sem incluir os demais associados da associação. As barracas foram adquiridas com recursos próprios, com exceção da barraca da mercadora, que foi doada pelo projeto Enactus⁶⁴.

O diretor de relações públicas da feira contou que existia uma ideia inicial (e que ainda existe) de ter no mesmo espaço de comercialização um espaço de produção onde o consumidor poderia ir acompanhado de um agricultor e fazer uma vivência de comprar o produto direto da terra, em vez de comprar na banca e levar pra casa. Mas, como todos os agricultores já estão voltados para a sua produção na roça, ele acredita que levá-los a uma produção em outro local não fica muito viável, pois ficaria difícil associar um tempo disponível. Mas isso não sai do projeto, pois acredita que “*daria uma alavancada muito grande na feira por ser uma coisa nova*”. Acha que se passar por isso “*as pessoas vão achar interessante e vão frequentar mais, será um diferencial*”.

Essa estratégia poderia ser implantada pois a feira é realizada em um espaço privado, ao contrário das feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Ao serem questionados sobre o porquê de estarem fora do CCFO, os sujeitos entrevistados demonstraram que esse fato resultaria na elevação de preços dos produtos, além da exigência de uma maior diversificação de produtos e padronização das barracas. O fato de a gestão ser autônoma também parece pesar quando o assunto é entrar no Circuito. A associação, embora tenha relações de parceria e reivindique a atuação desses parceiros no apoio às diversas ações desenvolvidas no plano

⁶⁴ A atuação deste projeto, para ele, foi o que forçou a inauguração da feira, por ter um calendário e um prazo para entrega dos resultados. Na leitura dele, a feira foi organizada as pressas para não perder a barraca que o projeto oferecia.

territorial, por outro lado, se mostra um pouco fechada para a atuação direta de mediadores. Sendo assim, a entrada dessa feira no CCFO resultaria em alguma medida na perda do controle da associação sobre a feira, como acabou acontecendo no caso da primeira feira de Campo Grande.

Atualmente, a Feira do Rio da Prata conta com seis barracas, sem um padrão estético e com pouca diversificação de produtos.

Figura 14 – Apresentação das barracas da Feira Orgânica do Rio da Prata



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

Figura 15 – Barraca da mercadora: vende produtos secos orgânicos trazidos de outras regiões e estados



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

Figura 16 – Barracas dos produtos locais e legumes trazidos do Brejal



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

Além da área destinada à comercialização de orgânicos, o sítio dispõe de uma área para a comercialização do “*Café da Roça*”, onde são vendidos pães, bolos, condimentos,

dentre outros produtos. Tem também áreas de lazer, como parquinho para crianças, um lago de “*pesque-e-solte*” e animais domésticos.

Figura 17 – Parquinho para as crianças



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

Figura 18 – Café da Roça



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

3.1.1. Os atores envolvidos

Ao reconstruir o processo de construção social da Feira Orgânica do Rio da Prata, três instituições são destacadas como responsáveis pela criação da feira: a Associação de Agricultores Orgânicos da Pedra Branca - Agroprata, o Projeto Enactus / CEFET-RJ e a ONG Assessoria a Agricultura Alternativa (AS-PTA). Indiretamente, a Rede Carioca de Agricultura Urbana também é mencionada, com o projeto Semeando Agroecologia, desenvolvido pela Ong em parceria com a Rede CAU, em parceria com a ONG AS-PTA. No quadro a seguir, buscamos sintetizar as características dessas instituições.

Tabela 3 – Parceiros na criação da Feira do Rio da Prata

	<i>Agroprata</i>	<i>Projeto ENACTUS</i>	<i>AS-PTA</i>
--	------------------	------------------------	---------------

<i>Características</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Organização social sem fins lucrativos. - Representante da categoria dos agricultores, mas inclui a associação de outras categorias. - Possui relações externas, mas o foco é o local. - Adota metodologias participativas. - As decisões são tomadas no âmbito de assembleias gerais, onde todos os associados participam e votam. - Estimula a produção voltada para o mercado e a autonomia do grupo. - Busca relações externas e formação de alianças, embora seja um pouco fechada para a interferência de agentes externos em sua gestão. 	<ul style="list-style-type: none"> - Visa o empreendedorismo de jovens universitários em negócios para melhorar a qualidade e o padrão de vida de comunidades. - Envolve diferentes universidades e seus projetos não têm como finalidade exclusiva a atividade agrícola; - Se apresenta como uma rede de estudantes, líderes executivos e líderes acadêmicos, onde é fornecida uma plataforma para os universitários criarem projetos de desenvolvimento comunitário que prezam pela formação de habilidades e talentos das pessoas em foco. - Visa o aprimoramento de lideranças dentre os jovens que desenvolvem o projeto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Organização não-governamental. - Desenvolve projetos em âmbito nacional, ligados à agroecologia. - Visa a autonomia dos atores através de projetos de capacitação e assessorias técnicas em agroecologia - Adota metodologias participativas. - Atua no fortalecimento da agricultura familiar e na promoção do desenvolvimento rural sustentável no Brasil.
------------------------	---	--	--

Fonte: Elaboração própria, 2017.

O projeto Enactus é destacado como fundamental para a inauguração da feira. Através deste projeto, que tinha um prazo para apresentar os resultados, os agricultores conseguiram uma barraca e uma data para a inauguração da feira. Na leitura do diretor executivo da feira, os atores envolvidos no projeto *“foram a alavanca do início”* e contribuíram para a colocação de um painel solar na associação a fim de diminuir os custos de iluminação.

“o Enactus começou junto com a feira. O projeto gerou pouco beneficiamento em termo de valores. O primeiro projeto deles seria a abertura da feira, eles acompanhavam, vinham no dia de feira, ensinava planilha de controle, instruía sobre formas de vendas e alguma coisa gráfica que precisasse, mas era pouco, porque tinha pouca verba”.

A AS-PTA doou uma balança, bolsas e camisetas. Uma reclamação constante apresentada pela diretora executiva da associação diz respeito e a *“pouca participação dos parceiros”*, como a AS-PTA e a Rede CAU. Na percepção dela, talvez seja por não concordarem com a forma como a feira vem sendo gerida, ou até mesmo com os *“conflitos de interesse”* que envolvem o local onde a feira é realizada e as atividades desenvolvidas para

além da comercialização de produtos orgânicos. Antes de aprofundar tal questão, vale considerar a não distinção entre aspectos ideológicos que norteiam os parceiros destacados na tabela 2. Sobre o local da feira, nos ateremos a isso no bloco seguinte.

O projeto Enactus, dentro da categoria universidades, em 2015, ganhou o Prêmio ANDEF, conhecido como o “*Oscar do Agronegócio*”, em um dos eventos mais importantes do setor. O nome dado ao projeto que ficou conhecido como Enactus é Aggros, executado pelo Time Enactus CEFET-RJ.

Nesse projeto, o Time viu a oportunidade de transformar a agricultura na Associação de Moradores do Agroprata, a partir da reestruturação do negócio e aproveitamento dos frutos que seriam desperdiçados para a fabricação de novos produtos: Caqui e banana passas e vinagre de caqui. Esse projeto já impactou a vida de centenas de pessoas da região e hoje está trabalhando no desenvolvimento de tecnologias eficazes para a melhoria da condição de vida das pessoas da Associação, como instalação de painéis solares para quem não tem energia e a construção de uma tirolesa, que facilitará o escoamento de produtos dos sítios de produção diretamente para a Associação (Paula, gerente do projeto, em entrevista a um blog. Disponível em: <https://www.mudevoceomundo.com/single-post/2015/06/11/Empreendedorismo-nas-universidades-Enactus>. Acesso em 5, mar. 2017).

Com base nas informações obtidas no site da instituição, o projeto Aggros é um dos cinquenta que integraram a organização Enactus Brasil. São buscadas universidades públicas e privadas dispostas a implantar um programa de empreendedorismo jovem. A instituição recebe pedidos dos estudantes para montar um projeto em suas faculdades. De forma gratuita, os estudantes são orientados e recebem apoio para identificar um problema social e uma solução em comunidades vulneráveis de seu Estado.

Figura 19 – Projeto Aggros, desenvolvido junto aos agricultores da Agroprata



Aggros

Criado em 2014, o projeto é situado no bairro de Campo Grande, na Zona Oeste do Rio de Janeiro, dentro do Parque Estadual da Pedra Branca, com a maior área de floresta urbana do mundo e enorme reserva de Mata Atlântica nativa. Possui três frentes de atuação: Melhoria da infraestrutura da Associação; Redução do tempo de escoamento e do desperdício dos produtos durante o transporte até a Associação; e Fortalecimento da marca dos Produtores Orgânicos da Agroprata nas feiras, com a padronização dos rótulos e do método de produção do vinagre de caqui.

Fonte: Site Enactus Brasil, 2017.

Por outro lado, os ideais de horizontalidades da Rede CAU, da AS-PTA e de movimentos sociais não são distinguidos da abordagem explicitada pelo Enactus, que parte de uma noção de cima para baixo ao afirmar o esforço de *“levar conhecimento até o produtor rural”*. Tal lógica foi apresentada em matéria veiculada através de uma rede social na internet: *“A Enactus representa em sua categoria como as universidades e os projetos envolvidos estão preocupados em fazer do produtor rural um grande empreendedor, a exemplo o time CEFET RJ que ganhou o prêmio com Projeto Agroprata (Aggros atualmente). Enactus e ANDEF, juntos incentivando o setor agroindustrial Brasileiro”* (Fonte: Facebook Enactus Brasil, acesso em 5/3/2017).

Figura 20 – Enactus Brasil recebendo o prêmio do projeto Agroprata



Fonte: Facebook Enactus Brasil, acesso em 5/3/2017.

Acerca dos conflitos de interesse, que talvez justifiquem a pouca atuação de atores ligados à Rede Carioca de Agricultura Urbana e à AS-PTA, apresentaremos os aspectos relacionados ao local onde a Feira foi construída e continua sendo realizada até o momento.

3.1.2. A escolha do local

Na percepção da Diretora executiva da Agroprata, a ideia inicial era a de criar a feira no Largo do Rio da Prata⁶⁵. Já o seu esposo e então diretor de relações públicas da associação disse que era melhor criar a feira perto da associação, para contar a história dos agricultores. Para os agricultores, o local da feira favorece o transporte sem custo, tendo em vista a proximidade de seus sítios. De fato, além de facilitar o transporte de produtos para a feira, a avaliação da proximidade como algo positivo é unânime entre os sujeitos que participam da Feira. Por outro lado, o fato de estar dentro do sítio de um dos membros da associação divide opiniões.

⁶⁵ O Largo do Rio da Prata é considerado um polo gastronômico do bairro de Campo Grande. Por dispor de uma área grande, com diversos bares, restaurantes, um supermercado, farmácia e outros tipos de comércio, apresenta uma grande circulação de pessoas, diariamente.

Conforme mencionamos anteriormente acerca do “*conflito de interesse*”, com base no exposto pela diretora executiva da Agroprata, a questão do café da manhã, por exemplo, gera uma preocupação com o futuro da feira, que talvez possa resultar na sua mudança de endereço. Esse conflito de interesse pode ser compreendido através da forma como a divulgação das atividades comerciais vem sendo feita. Vimos que a realização da feira é feita concomitante a outros eventos e outras formas de comercialização, no mesmo sítio. A feira conferiu visibilidade para o local e na avaliação de outros sujeitos, tem projetado mais o sítio e o “Café da Roça” do que a feira. Durante o trabalho de campo, foi possível perceber que a parte destinada para o café da manhã estava sempre com mesas ocupadas. Na avaliação de alguns membros da Feira Orgânica do Rio da Prata e de agentes externos, nas ações de comunicação, há mais empenho em divulgar o café da manhã do que a feira. Diante desse “*conflito de interesse*”, faz parte dos planos fazer a feira no Largo do Rio da Prata, que é um espaço público repleto de comércio e com ampla circulação de pessoas. Por outro lado, observa-se que o público que frequenta o “Café da Roça” também visita a feira.

Na percepção dos agricultores, o diretor de relações públicas ganhou notoriedade e promoveu melhorias em sua propriedade através da feira, que alavancou o seu espaço. E por esse motivo, surgem divergências internas na associação, ocasionadas pela escolha do local onde a Feira foi criada e é realizada.

Outro fato relevante é a relação entre o local da feira e a relação com o Parque Estadual da Pedra Branca. Ter uma feira nos limites da maior unidade de conservação em área urbana promove uma relação com a natureza e um ar bucólico que atrai pessoas de diferentes lugares. Traz, também, visibilidade para os problemas locais, suas dificuldades e limitações. Embora nem todos saibam que a Feira Orgânica do Rio da Prata seja realizada nos limites da maior unidade de conservação em área urbana do mundo, ter uma feira ali projeta visibilidade para a produção feita dentro de áreas protegidas. A feira está situada ao lado de uma das guaritas do Parque Estadual da Pedra Branca.

Figura 21 – Guarita do Parque Estadual da Pedra Branca – vertente Rio da Prata



Fonte: Arquivo pessoal, 2017.

Isso remete às dificuldades encontradas pelos produtores locais em sua relação com o órgão gestor da unidade de conservação. Embora outrora tal relação tenha sido mais complicada, atualmente, com a mudança de gestão, a relação tem sido mais amistosa e baseada em relações de cooperação, mais do que exclusivamente a partir de regras formais. Destaca-se que uma nova medição foi feita e a área do sítio é considerada abaixo da cota de cem alímetros, o que caracteriza o limite do Parque Estadual da Pedra Branca.

A proximidade entre o sítio onde a feira é realizada e os sítios produtivos confere visibilidade para as questões ambientais, assim como para a existência da pequena produção agrícola encontrada na região. Portanto, embora o fato de a propriedade ser privada possa resultar na sobreposição de interesses particulares em detrimento de interesses coletivos, o lugar onde a feira acontece acaba sendo um fator aliado na luta contra os problemas enfrentados pela agricultura local e a sua capacidade de abastecer com produtos de boa qualidade diferentes mercados da cidade.

Assim, o quadro de invisibilidade tem sido substituído por uma crescente notoriedade, a partir da divulgação da feira, do café da roça, das demais atividades culturais e comerciais desenvolvidas no sítio. Observa-se que a atual gestão do Parque Estadual da Pedra Branca estabelece uma relação de boa convivência com os agricultores do Rio da Prata. Assim, a unidade de conservação e a relação com o território é ressignificada a partir da construção da Feira Orgânica do Rio da Prata. Isso pode ser exemplificado pela constante presença de

representantes do PEPB nas atividades desenvolvidas pela Agroprata no local onde a feira é realizada. Há um empenho em afirmar a relação dos agricultores com o território do Rio da Prata, fazendo deste espaço de comercialização um mercado territorializado, ou seja, remetendo características locais de tradicionalidade da produção agrícola, aliada à preservação ambiental.

3.2. Representações, valores e significados

Através da feira são projetados diferentes significados: conferir visibilidade à produção local, gerar renda para os agricultores locais, possibilitar a interação direta entre produtores e consumidores, através dessa interação produzir trocas simbólicas e o sentimento de valorização dos modos de vida dos agricultores.

Para os agricultores, a feira tem sido uma experiência que permite testar novos produtos, como mudas, temperos, doces etc. Mas a participação dos produtores em um número maior de feiras tem causado preocupação com a questão da diversidade de produtos. Isso implica em um planejamento da produção que envolve o núcleo familiar e o revezamento das atividades produtivas. Apesar de encontrar um público ainda pouco sensibilizado para o consumo de alimentos orgânicos, ao contrário do que se vê na Zona Sul da cidade, a oportunidade de participar das novas feiras orgânicas para os agricultores do Rio da Prata se deu em um contexto de fragilidade das condições de produção e reprodução desta agricultura.

Frente a esses impasses, a criação da Feira Orgânica do Rio da Prata representa a conquista de um ponto de venda próprio, que introduz no território aspectos simbólicos, como uma produção de alimentos saudáveis, com preços justos, destinados a consumidores com baixo poder aquisitivo, vendendo-os próximos aos locais onde são produzidos. Mas essa realidade se apresenta para um número restrito de agricultores inseridos na associação.

Não é identificada nas falas dos atores um interesse imediato de possibilitar a entrada de mais associados na feira, por conta da diversificação de produtos. Cabe avaliar, a longo prazo, a capacidade de reorganizar os sistemas produtivos e as unidades de produção, tendo em vista a baixa adesão das novas gerações na realização da agricultura familiar, sendo esta uma atividade desenvolvida por agricultores com uma idade média de 50 ou 60 anos.

Podemos concluir que, mesmo com todas as dificuldades, a atividade agrícola de caráter orgânico resiste e é considerada como a grande responsável pelo sustento da unidade familiar e subsistência das famílias. O que é vendido é também consumido. Com isso, além da

renda, destacam-se valores como cuidado com a saúde alimentar e com o meio ambiente. Assim, entendemos que a possibilidade de comercializar produtos orgânicos possibilita também o autoconsumo.

Além disso, a construção da Feira Orgânica do Rio da Prata se traduz como uma estratégia de luta pelo território, de fazer conhecer e reconhecer (BOURDIEU, 2006) a agricultura familiar no espaço da cidade. Nesse sentido, a resistência da agricultura na vertente do Rio da Prata vem sendo afirmada através do cotidiano da feira, das festividades e em meio aos grupos de mobilização política com atuação no território.

Diante disso, podemos afirmar que a Feira Orgânica do Rio da Prata não representa apenas um espaço de comercialização de produtos orgânicos, mas um campo, onde as relações sociais expressam significados sobre o território, identidades e conflitos.

Através da mesma, notamos os conflitos de interesses e os diferentes valores estabelecidos nas parcerias que dão suporte às atividades desenvolvidas pela associação. Observamos ainda que embora a inserção em redes traga para a associação novos elementos, não resulta na perda de autonomia da associação na condução de suas ações.

Em síntese, a Feira Orgânica do Rio da Prata possui pontos em comum e algumas particularidades, se comparada às demais feiras agroecológicas e mesmo as orgânicas encontradas no Rio de Janeiro. Assim, embora apoie as demandas agroecológicas, seus participantes estão voltados para as questões locais.

Assim, pensamos a inserção dos agricultores em circuitos de comercialização direta como uma estratégia de resistência da agricultura familiar no Maciço da Pedra Branca que pode ser lida através da criação da Feira Orgânica do Rio da Prata, a qual representa a afirmação do território e de sua identidade agrícola. Isso se faz para além das concepções dos mediadores e das redes sociais ligadas à temática agroecológica e das redes políticas locais. Nestes termos, a construção social desse mercado vai além da dimensão da resistência e expressa significados sobre as relações sociais.

Com isso, buscamos delinear uma nova configuração de rede de sociabilidade e mobilização política explicitando as identidades que são acionadas em diferentes contextos, bem como as demandas transversais que partem dos agricultores ou são pensadas em relação com mediadores ou parceiros no âmbito das redes. Em meio a esse complexo cenário que pensamos os significados atribuídos à construção social da Feira Orgânica do Rio da Prata.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através deste estudo, buscamos reconstituir as relações sociais que atuam no fortalecimento da agricultura encontrada no Maciço da Pedra Branca, mais especificamente, no Rio da Prata. A região, através da atuação política de agricultores e mediadores, ganha destaque e vem passando por um processo de transformação, ocasionado pelo combate à invisibilidade daquela produção no âmbito territorial e político.

Os atores sociais, em um plano mais amplo, integram uma rede de redes sociais, cujas relações são dinâmicas e configuram, no plano territorial, um campo de disputas de representações e significados. A projeção dos sujeitos da pesquisa no âmbito dessas relações e a construção e acesso a mercados locais confere aos atores a ampliação de capitais sociais.

O referencial teórico instrumentou no sentido de compreender que há diferentes entendimentos do que é o *mercado* e, aliado ao trabalho de campo, a perspectiva dos observados foi trazida. Compreendeu-se que a partir da relação com o mercado, os agricultores tornam-se porta-vozes dos demais produtores e este fato tem conferido amplitude para a pequena produção local. Além disso essa interação corrobora no sentido de entender que este *mercado*, a partir da influência dos atores, se constrói de características que representam a agricultura local, de forma que assume um papel de fazer frente às atividades produtivas e a própria existência da agricultura secular que ocupa a região que outrora fora chamada de Sertão Carioca. Como exemplo, destaca-se o reconhecimento da região do Rio da Prata como maior produtora de caqui da cidade do Rio de Janeiro. Reivindica-se, para a Associação de Agricultores Orgânicos da Pedra Branca tal título.

Embora, como encontra-se na teoria, os mercados alternativos não tenham como objetivo principal o lucro, o reconhecimento dessa produção leva os agricultores não só ao lucro monetário como à possível obtenção de beneficiamentos de cunho social além de fomentar a discussão desses espaços politizados. Sabido que esta agricultura existe e está inserida no circuito mercadológico da cidade, pode-se abrir o diálogo para pensar nas formas de habitar e produzir neste local. Não obstante, com a projeção da associação, projetos e sujeitos institucionais têm feito parte do cotidiano dos agricultores do Rio da Prata, inseridos na associação. Além da aproximação com a base institucional, há que se destacar a relação que se constrói e se desenvolve junto aos movimentos sociais do campo e da cidade. Como resultado disso, destacamos o fortalecimento da identidade de agricultor orgânico, sobretudo com a possibilidade de atuação em feiras específicas e mercados próprios, onde a relação entre produtor e consumidor agrega valor a essa prática.

As feiras são o espaço de realização dos produtores-comerciantes, não apenas no aspecto econômico. Isto é, a agricultura orgânica não deve ser percebida apenas por sua relação com o mercado, como “mercadoria”, mas antes como um produto que exprime a dimensão identitária, uma cultura, a relação com a natureza e a sua conservação, a tradição o cuidado com a saúde alimentar. Nisso consiste o caráter multifuncional da agricultura. Além de fomentar este caráter, as feiras funcionam como uma ferramenta que permite a resistência material desta agricultura, de modo que as mesmas são parte importante para a manutenção da atividade agrícola de pequena escala, já que, muitas vezes, o sustento do pequeno produtor é retirado desta ferramenta de comercialização. Percebe-se, portanto, que a feira se torna um espaço político-pedagógico, no sentido de que ela funciona como um canal de comunicação e aproximação do agricultor com o comprador onde signos e pautas são acionados e, ao mesmo tempo, o carregam o caráter monetário que também é político pois respalda a existência dessa agricultura. Dessa forma, no espaço da feira, é como se agricultor e comprador se retroalimentassem por meio de uma troca que está além de produtos e dinheiro, mas sim diz sobre o que esses produtos e a escolha deles significam.

Por outro lado, as feiras carregam dificuldades no seu próprio funcionamento, questões com quantidade, sazonalidade, aparência, transporte, preços, formas de pagamento, etc, não deixam de existir e são parte integrante do que caracteriza a este *mercado*. Essas dificuldades se impõem tanto ao produtor-comerciante quanto ao comprador.

Os agricultores, juntamente com seus parceiros, têm buscado o reconhecimento do território agrícola no plano da cidade, bem como políticas que fortaleçam essa prática. Sobretudo, busca-se o direito de permanência da agricultura e dos modos de vida agrícola de certo modo ameaçado pela unidade de conservação, que em sua lei pressupõe a incompatibilidade entre presença humana e conservação da natureza.

Em relação às percepções sobre o território, nota-se que com o incentivo de mediadores e uma ampla e complexa rede de redes sociais, há o desejo de permanência do aspecto rural diante do cenário urbano da cidade do Rio de Janeiro. A tradição rural do “Sertão Carioca” não desaparece com a renomeação da antiga Zona Rural para Zona Oeste. Mesmo diante de transformações no âmbito das relações e configurações com características urbanas, coexistem representações sobre o rural e o urbano. Neste sentido, a feira, enquanto uma ferramenta de luta, corrobora materialmente para que a compreensão do território desejado seja projetada na cidade.

A Feira Orgânica do Rio da Prata, por compor agendas de debates acerca de temas ambientais, tem atuado no sentido de incluir os produtores como os grandes responsáveis pela

preservação das áreas remanescentes da Mata Atlântica. Esses e outros elementos afirmam a capacidade da agricultura do Sertão Carioca de resistir no meio urbano.

Podemos afirmar, nesse sentido, que a própria formação da Feira Orgânica do Rio da Prata, embora seja resultado de um acúmulo de experiências produzido no âmbito das redes sociais, participa pouco de articulações mais amplas, Embora apoie as lutas em defesa da agricultura familiar, do território e da agroecologia em diferentes espaços da cidade, acaba por concentrar as suas ações em função das especificidades do Rio da Prata.

Em síntese, com este estudo demonstramos que a permanência da pequena produção, ameaçada por diversos fatores já mencionados, se faz em meio a relação com o mercado. A Feira Orgânica do Rio da Prata, nesse sentido, para além de um lugar onde são vendidos produtos agrícolas, produzidos dentro da maior unidade de conservação em área urbana no país, é expressão da resistência e da permanência da agricultura familiar na Zona Oeste do município do Rio de Janeiro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAMOVAY, R. **Entre Deus e o diabo: mercados e interação humana nas ciências sociais.** *Tempo Social, Revista de Sociologia da USP*, v. 16, n. 2, p. 35-64, nov. 2004.

ABREU, L. *et al.* **Relações entre agricultura orgânica e agroecologia: desafios atuais em torno dos princípios da agroecologia.** Editora UFPR. Desenvolvimento e Meio Ambiente, v. 26, p. 143-160, jul./dez. 2012.

ACIOLI, S. **Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos dos conceitos.** *Inf. Inf.*, Londrina, v. 12, n. esp., 2007.

ALMEIDA, A. W. **Terras tradicionalmente ocupadas: processos de territorialização e movimentos sociais.** *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e regionais*, v. 6, n. 1, p. 9-32, 2004.

ARAÚJO, I. S. de. **O Mercado simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas.** *Interface - Comunic. Saúde, Educ.*, v.8, n.14, p.165-77, set.2003-fev.2004.

BAPTISTA, S. R. N. **Práticas de comunicação na produção e consumo de plantas medicinais: a relação entre informação científica e conhecimento tradicional.** 2014. 224p. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação Científica e Tecnológica em Saúde. Fiocruz: Rio de Janeiro, 2014.

BAPTISTA, S.; FERNANDEZ, A.; MAGALHÃES-FRAGA, S.; SANTOS. **Redes sociotécnicas de plantas medicinais e fitoterápicos na região metropolitana do Rio de Janeiro.** *Congresso internacional interdisciplinar em sociais e humanidades.* Niterói: Rio de Janeiro (ISSN: 2316-266x), 2012.

BARNES, J. **Redes Sociais e processo político.** In: FELDMAN-BIANCO, Bela. *A antropologia das sociedades contemporâneas.* São Paulo, Global, 1987, pp. 159-192.

BAVA, S. **Circuitos Curtos de Produção e Consumo (2011)** In: Um Campeão visto de perto. Uma análise do modelo de desenvolvimento Brasileiro. editado por Heinrich Böll Foundation. Série Democrata. p. 178-186, 2011.

BECKER, H. **Observação social e estudo de casos sociais.** In *Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais*. Capítulo 5. São Paulo: Ed. Hucitec, 1997.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas.** São Paulo: Perspectiva, 1987.

_____. **O campo econômico.** *Revista Política e Sociedade*, v. 6, p 15-57. 2005.

_____. **O poder simbólico.** Lisboa: Difel, 2006.

_____. **Ofício de sociólogo.** 2000.

BRANDENBURG, A. **Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas.** *Desenvolvimento e Meio Ambiente*. n. 6, p. 11-28. jul. /dez. 2002.

BRANDENBURG, Alfio; LAMINE, Claire; DAROLT, Moacir. **Institucionalização do movimento ecológico na agricultura: mercado e reorganização dos atores sociais.** *Estudos Sociedade e Agricultura*, Rio de Janeiro, vol. 21, n. 2, 2015. p. 221-247.

CÂNDIDO, A. **Parceiros do Rio Bonito.** São Paulo: Duas Cidades, 1971.

CARNEIRO, M. J. **Camponeses, agricultores e pluriatividade.** Rio de Janeiro, Contracapa Livraria Editora, 1998.

CARNEIRO, C. B. **Economia Solidária e os Novos Movimentos Sociais Econômicos: um estudo de caso da Rede Ecológica (RJ).** *Anais do 11º. Congresso Luso Afro Brasileiro de Ciências Sociais*. Salvador, 2011.

CASSOL, A. **Redes agroalimentares alternativas: mercados, interação social e a construção da confiança.** Dissertação – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (Programa de Pós-Graduação em Sociologia). 2013. Disponível em:

<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/79442/000900224.pdf?sequence=1>>, acesso em 1, Nov. 2016.

CASTELLI, P. G.; WILKINSON, J. **Conhecimento tradicional, inovação e direitos de proteção.** *Estudos, Sociedade e Agricultura*. Rio de Janeiro, n. 19, p. 89-112, out. 2002.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CAZELLA, A.; BONNAL, P.; MALUF, R. S. **Olhares disciplinares sobre território e desenvolvimento territorial.** In: CAZELLA, A. et al. **Agricultura familiar: multifuncionalidade e desenvolvimento territorial.** Rio de Janeiro: MAUAD, 2009, p. 25-45.

CEFAI, D.; VEIGA, F.; MOTA, F. (2011). **Introdução.** In: CEFAL, D.; MELLO, M. A.; MOTA, F.; VEIGA, F. (Organizadores). *Arenas públicas: por uma etnografia da vida associativa.* Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2011, p. 9-65.

CHAMPAGNE, P. **Formar a Opinião.** Petrópolis: Vozes, 1996. Introdução (pp.11 a 41).

CHAYANOV, A. V. **Sobre a teoria dos sistemas econômicos não capitalistas.** In GRAZIANO DA SILVA, J. e STOLCKE, V. - A questão agrária. São Paulo, Editora Brasiliense, 1981: 133- 146. GUZMÁN, Eduardo Sevilla e MOLINA, Manuel González de. *Sobre a evolução do conceito de campesinato.* São Paulo: Expressão Popular, 2005.

COMUNELLO, F.J. **Movimentos sociais, agroecologia e circuitos no capitalismo.** *Ruris*, v. 6, n.1, mar. 2012.

COMERFORD, J. C. Reunindo: **As reuniões de trabalhadores rurais como forma de sociabilidade.** In: *Fazendo a luta: sociabilidade, falas e rituais na construção de organizações camponesas.* Rio de Janeiro: Relume Dumará: Núcleo de Antropologia da Política, 1999, p. 47-79.

CORRÊA, A. M. **O Sertão Carioca.** Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro, Rio de Janeiro, v. 167, 1933.

COUTO FILHO, V. Agricultura familiar e desenvolvimento territorial: um olhar da Bahia sobre o meio rural brasileiro. Brasília: MDA; Rio de Janeiro: Garamond, 2007.

DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização de alimentos ecológicos: reconectando produtores e consumidores. In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. (Orgs.). *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura.* Curitiba: Kairós, 2013.

DRUMMOND, J. A. O manejo agroflorestral científico como um uso alternativo de recursos naturais na Amazônia brasileira. *Estudos, Sociedade e Agricultura.* Rio de Janeiro, n. 11, p. 99-133, out. 1998.

DIEGUES, A. C. O mito moderno da natureza intocada. 3a. ed. São Paulo: Editora Hucitec – Núcleo de Apoio à Pesquisa sobre Populações Humanas e Áreas Úmidas Brasileiras, USP: 2002.

GRANOVETTER, M. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology.* Volume 91, Number 3, pp. 481 – 510, November 1985.

_____. **The Impact of Social Structure on Economic Outcomes.** *Journal of Economic Perspectives.* Volume 19, Number 1, pp. 33 – 50, 2005.

ELIAS, N. A sociedade dos indivíduos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1994. 201p.

ENNE, A. L. Conceito de rede e as sociedades contemporâneas. *Comunicação e Informação,* V7, nº 2: pág 264 - 273. - jul./dez.2004.

FERES, A. M. A reorganização da agropecuária orgânica do estado do Rio de Janeiro em face da legislação brasileira atual e a formação do Sistema Participativo de Garantia da ABIO. Rio de Janeiro: UFRJ / IGEO, 2012.

FERNANDEZ, A. Do Sertão Carioca ao Parque Estadual da Pedra Branca: a construção social de uma unidade de conservação à luz das políticas ambientais fluminenses e da

evolução urbana do Rio de Janeiro. 2009. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009.

_____. **O Agricultor Conservador: Impasses e Conquistas de Pequenos Produtores em uma Área Protegida Urbana.** 14^a.Congresso Brasileiro de Sociologia. Anais ... UFRJ, Rio de Janeiro, 2010.

_____. **Relatório Técnico sobre a atividade agrícola no Maciço da Pedra Branca.** Rio de Janeiro, 2015. 14p.

_____. **Um Rio de florestas: uma reflexão sobre o sentido da criação dos parques na cidade do Rio de Janeiro.** *Est. Hist.*, Rio de Janeiro, vol. 24, nº 47, p. 141-161, janeiro-junho de 2011.

_____. **Eu vivo da natureza: resistência e conversão agroecológica de produtores na cidade do Rio de Janeiro.** *REDD – Revista Espaço de Diálogo e Desconexão*, Araraquara, v.8, n.2. jan./jun. 2014.

FERNANDEZ, A.; BAPTISTA, S.R.N. **Território-rede de agroecologia: ciência(s) e saberes locais na ambientalização de lutas na Zona Oeste e Região Metropolitana do Rio de Janeiro.** ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 38., Caxambu. *Anais...* 2014.

FERNANDEZ, A.; SANTOS, M. de O. **Campesinato e trabalho acessório, antagônicos ou complementares? Os desafios de um campesinato frente à cidade.** *Mercados, campesinato, cidades.* Abordagens possíveis. Disponível em: <<http://editoraoikos.com.br/obra/index/id/600>>. Acesso em: 05 set. 2015.

FERNANDEZ, A.; FERREIRA, F. **Mercados e território: as feiras orgânicas e agroecológicas no Rio de Janeiro.** 7^o. Encontro da Rede de estudos rurais. *Anais ...*Natal-RN, 2016.

FERRARI, D. L. **Cadeias agroalimentares curtas: A construção social de mercados de qualidade pelos agricultores familiares em Santa Catarina.** Porto Alegre, PDGR, 2011.

Tese em Desenvolvimento Rural.

FERREIRA, F. **Associativismo agrícola no contexto do parque estadual da pedra branca: sociabilidades, identidades e formas de resistência**. 2014. Monografia (Graduação em Licenciatura em Ciências Sociais) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Seropédica, 2014.

FERREIRA, J. **Os agentes da construção política de mercados**. *Illuminuras*, Porto Alegre, v. 14, n. 33, p. 87-99, jul./dez. 2013.

FLIGSTEIN, Neil, DAUTER, Luke. **A sociologia dos mercados**. *Cad. CRH*, Dez 2012, vol.25, no.66, p.481-504.

FONSECA, F. **O estudo do mercado de alimentos orgânicos (frutas, legumes e verduras) in natura no Estado do Rio de Janeiro: o caso da ABIO**. Rio de Janeiro: CPDA/UFRRJ (dissertação de mestrado), 1999.

FONSECA, M. F. *et al.* **Circuito carioca de feiras orgânicas: a expansão da venda direta de alimentos orgânicos, o controle social, a regulamentação da agricultura orgânica e os princípios do comércio justo e solidário**. *III Colóquio da agricultura familiar e desenvolvimento rural*. Porto Alegre, 2011. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/pgdr/eventos/2011/III_Coloquio/arquivos_oficinas/Fonseca.pdf>, acesso em 12, set. 2015.

FONSECA, M. F. **A institucionalização dos mercados de orgânicos no mundo e no Brasil: uma interpretação**. 2005. 476 p. Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2005.

FRANCO, A. **Sertão carioca: identidade e memória da comunidade agrícola do Rio da Prata**. 2014. Dissertação (Mestrado em Psicologia Social), Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, 2014.

FREY, K. **Desenvolvimento sustentável local na sociedade em rede: o potencial das novas tecnologias de informação e comunicação.** *Revista de sociologia e política*, nº 21: 165-185, nov. 2003.

GAZOLLA, M.; PELEGRINI, G. **A construção social dos mercados pelos agricultores: o caso das agroindústrias familiares.** 48º Congresso SOBER. *Anais...* Campo Grande – MS, 2010.

GEERTZ, C. (1999). **O saber local: novos ensaios em antropologia interpretativa.** 2ª. ed. Petrópolis: Editora Vozes.

GIDDENS, A. **As Conseqüências da Modernidade.** São Paulo: UNESP, 1991.

GLUCKMAN, M. **Análise de uma situação social na Zululândia moderna.** In.: FELDMAN-BIANCO, Bela. *Antropologia das sociedades contemporâneas (org.).* São Paulo: Global Universitária, 1987, p. 227-344.

GRYNSPAN, M. **Lutas pela terra e identidades sociais.** *História, Ciências, Saúde-Manguinhos.* Rio de Janeiro, v. 5, jul. 1998.

HAESBAERT, R. **Concepções de território para entender a desterritorialização.** SANTOS, M. et al. *Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial*, v. 3, p. 43-70, 2002.

_____. **Definindo território para entender a desterritorialização.** In: *O mito da desterritorialização. Do fim dos territórios à multiterritorialidade.* Rio de Janeiro: Bertrand Brasil. 2011.

_____. **O mito da desterritorialização: do fim dos Territórios a Mutliterritorialidade.** Rio de Janeiro. Bertrand, 2004.

IWAMA, A.; LIMA, F. e PELLIN, A. **Questão fundiária em áreas protegidas: uma experiência no Parque Estadual da Pedra Branca (PEPB), Rio de Janeiro, Brasil.** *Soc. nat.* [online]. vol.26, n.1, p.77-93, 2014.

JACOBI, P. **Meio Ambiente e redes sociais: dimensões intersetoriais e complexidade na articulação de práticas coletivas.** Rio de Janeiro 34(6): 131-58. NOV/DEZ. 2000.

LANÇA, V. **Desafios para políticas de apoio à agricultura familiar em área periurbana: O caso da cooperativa Univerde - Nova Iguaçu/RJ.** 2013. 150f. Dissertação (Mestrado de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro (RJ), 2014.

LEAL, P. **Agricultores orgânicos do Rio da Prata (RJ): luta pela preservação social.** Niterói, 2005. 81f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2005.

LINHARES, R. **Agroecologia e agricultura orgânica.** Controvérsias e tendências. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, n. 6, p. 67-80, jul./dez. 2002.

LITTLE, P. **Territórios sociais e povos tradicionais no Brasil: Por uma antropologia da territorialidade.** In: *Série antropologia*, Brasília: UnB, 2002.

LOPES, J. S. L. **Sobre processo de « ambientalização » dos conflitos e sobre dilemas da participação.** In: *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 12, nº 25, jan/jun, p. 31-64, 2006.

LUZZI, N. **O debate agroecológico brasileiro: uma discussão a partir dos EBAAS e da experiência do PTA/FASE.** ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 32., 2008, Caxambu. *Anais eletrônicos...* Caxambu, 2008.

MARQUES, M. I. **Lugar do modo de vida tradicional na modernidade.** In: OLIVEIRA, Ariovaldo Umbelino de e MARQUES, Marta Inez Medeiros (Orgs.). *O campo no século XXI.* São Paulo: Editora Casa Amarela/Editora Paz e Terra, 2004. p.145-162.

MARQUES, F.C.; CONTERATO, M.A.; SCHNEIDER, S. **Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural.** Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

MAZON, M. **A construção social do mercado olerícola na ótica da Nova Sociologia Econômica**. Estudo de caso em Urubici. 2005. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

_____. **Padrões de Qualidade e Segurança Alimentares no Terreno Institucional Brasileiro**. *Revista Dados*, v. 52, n.4, 1003-1045, 2010.

MENDES, F. **Políticas e inovações para a agricultura urbana: estudo dos casos de Nova Iguaçu (Rio de Janeiro-Brasil), Rio Cuarto (Córdoba-Argentina) e Sevilha (Andalucía-Espanha)**. 155f. Tese (Doutorado em Ciência, Tecnologia e Inovação em Agropecuária). Pró-Reitoria de Pesquisa e Pós Graduação, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Seropédica, RJ: UFRRJ, 2012.

MENDONÇA, I. F. de. **Agroecologia como Estratégia para o Desenvolvimento Socioespacial do Espaço Rural Fluminense: Políticas públicas sustentáveis, pesquisa e ensino integrados no estado do Rio de Janeiro**. 2008. Monografia (graduação em Geografia) - Departamento de Geografia. Pontifícia Universidade Católica-RJ.

MENDRAS, H. **Sociedades camponesas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

MOREIRA, J. R. **Agricultura familiar e sustentabilidade: valorização e desvalorização econômica e cultural das técnicas**. In: Agricultura familiar. Processos sociais e competitividade. Rio de Janeiro: Mauad, 1999: 181-198.

MOTA, F. **Quanto custa ser quilombola no Brasil? Mobilizações coletivas e associativismo no Brasil contemporâneo**. In: CEFAI, Daniel; MELLO, Marco Antonio da Silva; MOTA, Fabio Reis; VEIGA, Felipe Berocan (Organizadores). *Arenas públicas: por uma etnografia da vida associativa*. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2011, p. 239-262.

MUSUMECI, L. **Comércio e patronagem. O mito da terra liberta**. São Paulo, ANPOCS/Vertice, 1988: 165-248.

NEVES, D. **A diferenciação sócio-econômica do campesinato**. *Ciências Sociais Hoje*,

1985. ANPOCS/Cortez Editora, 1985: 220-241.

_____. **Agricultura familiar: questões metodológicas.** Reforma Agrária Nº2 e 3, Vol. 25, mai-dez 1995. Campinas, Revista da ABRA: 21-36. WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. *A agricultura familiar no Brasil: um espaço em construção.* Reforma Agrária Nº2 e 3, Vol. 25, mai-dez 1995. Campinas, Revista da ABRA: 37-57.

_____. **Campesinato e reenquadramento sociais: os agricultores familiares em cena.** *Revista Nera.* Site UNESP, Presidente Prudente, São Paulo, ano 8, n.7, p.68-93, jul.-dez. 2005.

_____. **Os agricultores de várzea no médio rio Solimões: condições sócio-ambientais de vida.** In: LIMA, Deborah (Org.). *Diversidade socioambiental nas várzeas dos rios Amazonas e Solimões: perspectivas para o desenvolvimento da sustentabilidade.* Manaus: MMA, 2005: 101-156.

OLALDE, A.; ALMEIDA, D.; DIAS, B. **Agricultura orgânica e agroecologia: construindo caminhos para o desenvolvimento rural sustentável na Bahia.** In: BAIARDI, A.; OLALDE, A.; SOLEDADE, P. G. *A dimensão cultural, institucional, educacional e a interdisciplinaridade no desenvolvimento local sustentável.* Cruz das Almas/BA: UFBA/Escola de Agronomia/Programa de Pós Graduação em Ciências Agrárias, 2003.

OLIVEIRA, L. **Redes e mediadores no fortalecimento da agricultura familiar no maciço da pedra branca, rj.** Dissertação (Mestrado). Universidade Federal de São Carlos. 2016.

PACHECO, I. **Via Campesina critica apropriação da agroecologia pelo capital.** *Pagina do MST*, 26 jun. 2015.

PALMEIRA, M.; LEITE, S. **Debates econômicos, processos sociais e lutas políticas.** COSTA, L.F.C. e SANTOS, R. *Política e Reforma Agrária.* Rio de Janeiro: Mauad, 1998: 92-165.

PEREZ-CASSARINO, J.; FERREIRA, A. **Agroecologia, construção social de mercados e a constituição de sistemas agroalimentares alternativos: uma leitura a partir da Rede Ecovida de Agroecologia.** In: NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA, L.; VEZZANI, F. (Orgs.).

Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura. Curitiba: Kairós, 2013.

PLOEG, J. D. **O modo de produção camponês revisitado**. In: SCHNEIDER, S. (Org.). *A diversidade da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006, p. 13-54.

_____. **Camponeses e impérios alimentares: lutas por autonomia e sustentabilidade na era da globalização**. Porto Alegre: UFRGS, 2008.

POLLAK, M. **Memória e identidade social**. *Estudos Históricos*. Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992.

PORTILHO, F.; CASTAÑEDA, M. **Certificação e confiança face-a-face na feira de produtos orgânicos**. *IV Encontro Nacional da ANPPAS*. Brasília, 2008.

PRADO, B A. **A Construção de modos de vida sustentáveis em torno da agricultura na cidade do Rio de Janeiro: agricultores do Maciço da Pedra Branca**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade. Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, 2012.

PRADO, B; MATTOS, Claudemar; FERNANDEZ, A. C. F. **Agricultores do Maciço da Pedra Branca: em busca de reconhecimento de seus espaços de vida**. *Revista Agriculturas*, v. 9, n. 2, p. 6-9, set. 2012.

PROFITO PEDRA BRANCA: **plantas medicinais em sistema agroecológico na Mata Atlântica**. Prelo, 2014.

QUEIROZ, M. I. P. de. **Cultura, sociedade rural, sociedade urbana no Brasil**. Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos; São Paulo: EDUSP, 1978.

RAFFESTIN, C. **Por uma Geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.

REIS, E. **Reflexões sobre o HOMO SOCIOLOGICUS**. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n. 11, 1989.

ROCHA, A. G.; PEREIRA, D.; PEREIRA, E. **Redes locais de produção e agricultura familiar: o potencial dos mercados alternativos**. 13º. seminário internacional da Red Iberoamericana de Investidores sobre Globalización y Territorio. *Anais...*Salvador: 2014.

SABOURIN, E. **Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

SANTOS, L. **Os valores de uma luta: a economia moral do movimento pela terra dos pequenos lavradores do Sertão Carioca nos difíceis anos de 1945-1964**. *Mundo Agrário*, v. 6, n. 12, p. 7-14, 2006.

SCHERER-WARREN, I. **Das mobilizações às redes de movimentos sociais**. *Revista Sociedade e Estado*, Brasília, v.21, n.1, p.109-130, jan/abr. 2006.

SCHIMITT, C. **Encurtando o caminho entre a produção e o consumo de alimentos**. *Agriculturas*, v.8, n.3, p.4-8, set. 2011.

_____. **Relocalizando os sistemas agroalimentares**. *Agriculturas*, v.8, n.1, p. 4-8, set. 2011.

SCHNEIDER, S. **Mercados e Agricultura Familiar. Introdução**. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

SCHNEIDER, S.; NIEDERLE, P. A. **Agricultura familiar e teoria social: a diversidade das formas familiares de produção na agricultura**. In: FALEIRO, F. G.; FARIAS NETO, A. L. (Ed.). *Savanas: desafios e estratégias para o equilíbrio entre sociedade, agronegócio e recursos naturais*. Planaltina, DF, Embrapa Cerrados, 2008, p. 989-1014.

SCHULTZ, G. **Relações com o mercado e (re)construção das identidades socioprofissionais na agricultura orgânica**. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2006.

_____. **Relações com o mercado e (re)construção das identidades socioprofissionais na agricultura orgânica.** In: SCHNEIDER, Sergio; GAZOLLA, Marcio (Orgs.). *Os atores do desenvolvimento rural: perspectivas teóricas e práticas sociais.* Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2011. p. 167-185.

SEYFERTH, G. **As contradições da liberdade: análise de representações sobre a identidade camponesa.** *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, n. 18, 1992, p. 78-95.

_____. **Trabalho familiar, comércio e reprodução social camponesa.** In: Zanini, Maria Catarina (Org.). *Mercados, campesinato e cidades: abordagens possíveis.* São Leopoldo: Oikos, 2015.

SOUZA, É. **O bairro da Glória/RJ além mar: O Caso da Feira Cultural e Orgânica.** 2017. 113 p. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas). Instituto de Ciências Humanas e Sociais, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2017.

STRAUCH, G.; MENDONÇA, M.; ROSA, M. C. **Feiras da roça: desvelando a agricultura familiar da região metropolitana do Rio de Janeiro.** *Revista Agriculturas*, v. 9, n. 2, set. 2012. Disponível em: <<http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2012/10/artigo-5.pdf>>, acesso 22, set. 2015.

TARTARUGA, I. **O conceito de território para a análise do desenvolvimento rural.** In: *Congresso Da Sociedade Brasileira De Economia E Sociologia Rural*, 43, 2005, Ribeirão Preto. *Anais...* Ribeirão Preto: SOBER, 2005.

TEDESCO, J. C. (Org.). **Agricultura Familiar: realidades e perspectivas.** Passo Fundo: EDUPF, 1999.

_____. **Agroindústrias, agroecologia e agricultura familiar.** Passo Fundo: UPF Editora, 2010.

_____. **O futuro do passado: comércio em feiras, vida rural e tradições culturais. Alguns apontamentos.** In: Zanini, Maria Catarina (Org.). *Mercados, campesinato e cidades: abordagens possíveis.* São Leopoldo: Oikos, 2015.

TEISSERENC, P.; TEISSERENC, M. **A politização dos debates locais sob o efeito da ambientalização dos conflitos e a emergência de uma governança territorial.** 38o. *Encontro da ANPOCS.* Anais... Caxambu, 2014.

_____. **Território de ação local e de desenvolvimento sustentável: efeitos da reivindicação socioambiental nas ciências sociais.** *Revista de Sociologia e Antropologia,* Rio de Janeiro, v.4, n.1, p.97-125, jun./ago. 2013.

VALENÇA, T. **Os produtores do circuito carioca de feiras orgânicas do estado do Rio de Janeiro.** VI Congreso Iberoamericano de Estudios Territoriales y Ambientais. *Anais...* São Paulo: 2014.

VELHO, G. **Observando o familiar.** In: NUNES, Edson de Oliveira – *A Aventura Sociológica,* Rio de Janeiro, Zahar, 1978.

WANDERLEY, M. **Raízes históricas do campesinato brasileiro.** XX Encontro Anual da ANPOCS (Gt 17, Processos Sociais Agrários). *Anais...*Caxambu-MG, out. 1996.

_____. **Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade.** *Estudos Sociedade e Agricultura,* v. 21, out. 2003, p. 42-61.

_____. Prefácio. In: CARNEIRO, M. J.; MALUF, R. S. (Org.). **Para além da produção: multifuncionalidade e agricultura familiar.** Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

_____. **A emergência de uma nova ruralidade nas sociedades modernas avançadas: o “rural” como espaço singular e ator coletivo.** *Estudos, Sociedade e Agricultura.* Rio de Janeiro, n. 15, p. 87-146, out. 2000.

WILKINSON, J. **Mercados, redes e valores: o novo mundo da agricultura familiar.** Porto Alegre: UFRGS, 2008.

_____. **Os mercados não vêm mais do “Mercado”**. Introdução. In: MARQUES, F. C.; CONTERATO, M. A.; SCHNEIDER, S. *Construção de mercados e agricultura familiar: desafios para o desenvolvimento rural*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016.

WILKINSON, J; MIOR, L. C. **Setor informal, produção familiar e pequena agroindústria: interfaces**. *Estudos Sociedade e Agricultura*. Rio de Janeiro, n. 13, p. 29-45, 1999.

WOLF, Eric R. **Sociedades Camponesas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

ZALUAR, A. **Teoria e prática do trabalho de campo: alguns problemas**. *A aventura Antropológica. Teoria e pesquisa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

_____. **Exclusão e políticas públicas: dilemas teóricos e alternativas políticas**. *Revista brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 12, n. 35, out. 1997. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext;pid=S010269091997000300003;lng=pt;nr m=iso>. Acesso em: 20, dez. 2013.

ZELIZER, V. **Dualidades perigosas**. *Revista Mana*, v.15, n.1, 237-256, 2009.

Referências de sites:

BRASIL. **Lei n. 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. *Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências*. Diário Oficial da União. Brasília, DF, 23 dez. 2003. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.831.htm>. Acesso em: 29 mai. 2014.

_____. **Lei No 9.985/00, de 18 de julho de 2000**. Institui o Sistema Nacional de Unidade de Conservação da Natureza. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/19985.htm>. Acesso em: 29 mai. 2014.

_____. **Lei 2393/95 | Lei nº 2393, de 20 de abril de 1995**. Dispõe sobre a permanência de populações nativas residentes em unidades de conservação do estado do Rio de Janeiro.

Disponível em: < <https://gov-rj.jusbrasil.com.br/legislacao/150759/lei-2393-95>>. Acesso em: 29 mai. 2014.

_____. **Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003.** Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/110.831.htm#:~:text=LEI%20No%2010.831%2C%20DE%2023%20DE%20DEZEMBRO%20DE%202003.&text=Disp%C3%B5e%20sobre%20a%20agricultura%20org%C3%A2nica,Art.>>. Acesso em: 29 mai. 2014.

_____. **Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998.** Dispõe sobre as sanções penais e administrativas derivadas de condutas e atividades lesivas ao meio ambiente, e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9605.htm>. Acesso em: 15 ago. 2016.

_____. **Lei nº 9.985, de 18 de julho de 2000.** Regulamenta o art. 225, § 1o, incisos I, II, III e VII da Constituição Federal, institui o Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9985.htm>. Acesso em: 15 dez. 2015.

_____. **Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006.** Estabelece as diretrizes para a formulação da Política Nacional da Agricultura Familiar e Empreendimentos Familiares Rurais. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2006/lei/111326.htm>. Acesso em: 16 mai. 2016.

_____. **Associativismo.** 2.ed. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA)/Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo. Brasília: MAPA/SDC/DENACOOP, 2012.

_____. Ministério Público Federal - Câmara de Coordenação e Revisão, 6. **Territórios de povos e comunidades tradicionais e as unidades de conservação de proteção integral: alternativas para o asseguramento de direitos socioambientais.** *Manual de atuação*, v.1. Brasília: MPF, 2014. 117

_____. Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Marco referencial para apoio ao desenvolvimento de territórios rurais**. Brasília: MDA/SDT, jun. 2005.

CAU, Rede. **Carta aberta**. Disponível em: <<https://aarj.wordpress.com/2014/12/14/carta-aberta-da-rede-carioca-de-agricultura-urbana/>>. Acesso em: 15 set. 2015.

HORTAS caseiras. O Globo, 2 mar. 1981. disponível em: <<http://www.agriculturaurbana.org.br/sitio/textos/sugestao.html>>. Acesso em 19 set. 2015.

RIO DE JANEIRO (Estado). Secretaria de Agricultura e Abastecimento SAA/RJ. **Plano de manejo do Parque Estadual da Pedra Branca: programa de trabalho**. jul. 1979.

APÊNDICE

I- Quadro de entrevistas.

E1	Mercadora. Antes consumidora de produtos orgânicos e agroecológicos, decidiu vendê-los em feiras específicas. Participa da Feira Agroecológica de Campo Grande e da Feira Orgânica do Rio da Prata. Faz parte, também, da Rede Ecológica, como consumidora. Vende sucos orgânicos (uva, maçã, amora) e processados (óleo de côco, molho de tomate, geleias, azeite, vinagre, café em pó, arroz, feijão, linhaça). Os produtos são trazidos do Rio Grande do Sul, São Paulo e Rio de Janeiro.
E2	Agricultora. Participou da Feira Orgânica de Campo Grande e, atualmente, participa apenas da Feira Orgânica do Rio da Prata, desde a sua criação. Comercializa mudas de plantas medicinais, repelentes, pomadas (que aprendeu a fazer a partir do Projeto Profíto), doces caseiros (mamão com ou sem côco, abóbora, manga), temperos, ervas desidratadas, própolis e mel.
E3	Agricultor. Um dos fundadores da Feira de Campo Grande e da Feira do Rio da Prata. Comercializa produtos do seu quintal, tais como jiló, caqui, banana; verduras trazidas da região do Brejal e frutas como maçã e melancia trazidas, também, de outro local. Participa de outras feiras no Circuito Carioca de Feiras Orgânicas (Copacabana, Ipanema, Peixoto e Barra da Tijuca).
E4	Agricultor. Foi um dos fundadores da Feira Orgânica de Campo Grande e da Feira Orgânica do Rio da Prata. Comercializa o que planta (aipim, batata doce, vagem, dentre outros que estiverem na época). Participa de feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas (Copacabana, Leblon, Tijuca e Barra da Tijuca). Nestas feiras, muitas vezes, quem fica responsável pela comercialização é o seu filho.
E5	Comerciante. Diretor de relações públicas da Feira Orgânica do Rio da Prata e dono do sítio onde a feira é realizada. Um dos fundadores desta feira. Antes foi comerciante e trabalhou de carteira assinada. É o responsável pelo Café da Roça, realizado concomitante à feira, no

	mesmo sítio. Comercializa café com caldo de cana, bolos, doces, sanduíches, baguetes, sucos, açai e outros produtos processados.
E6	Advogada. Diretora executiva da Agroprata. Tem a sua história ligada à agricultura e aos povos tradicionais do Rio da Prata. Tem atuação marcada nos espaços e mobilizações políticas, em função da reivindicação do território e na defesa da agricultura familiar orgânica.
E7	Locutor, radialista e poeta. Casado com E6. Foi diretor de relações públicas da Agroprata. Mentor da Festa do Caqui. Atua na busca por parcerias e valorização da cultura local, incentivando o empreendedorismo dos atores locais.

ANEXOS

Anexo I – Comunicação da Agroprata acerca da cisão na Feira Orgânica de Campo Grande.



COMUNICAÇÃO

A **ASSOCIAÇÃO DOS AGRICULTORES ORGÂNICOS DA PEDRA BRANCA**, inscrita no CNPJ sob o nº 05.437.129.0001/85, localizada na Estrada da Batalha nº 204, Rio da Prata, Campo Grande, Rio de Janeiro, RJ, na pessoa de sua representante legal e Diretora-executiva, Dr^a Rita de Cássia Carreiro M. Caseiro, brasileira, casada, Advogada, devidamente inscrita na OAB/RJ sob o nº 174.326, vem através deste documento comunicar, a Emater- Campo Grande-RJ, Sindicato Rural do Rio de Janeiro, AS-PTA, Rede Carioca de Agricultura Urbana e a quem mais interessar possa, que a partir de 11/08/2014, a Feira que acontece aos sábados nas dependências da Emater, **NÃO** mais consta como atividade da Agroprata, tendo sido tal **proposta levada para a Assembleia Geral Ordinária realizada naquela data e tendo a aprovação unânime do quórum presente**, conforme determinado no Estatuto da organização no art. 8º, d e art.9º.

Ressalte-se que tal decisão teve como embasamento as divergências surgidas recentemente e a impossibilidade da Associação em dar uma assessoria maior na organização da feira.

Tal decisão, porém, não afeta e nem desabona a conduta de nenhum feirante e não impossibilita que membros da Associação continuem participando desta feira. A ata da assembleia ainda não foi registrada, podendo ser solicitada posteriormente.

Rio de Janeiro, 12 de Agosto de 2014.

Rita de Cássia Carreiro M. Caseiro

Rita de Cássia Carreiro M. Caseiro

Anexo II – Poema Rio da Prata, escrito por Alice Alves Franco

Rio da Prata

Rio da Prata
Rio da praça
Rio que passa
Pra banhar alguém
Quem?
Rio dos caboclos,
Brancos, negros,
Cafuzos
E índios
Piciguabas
Aqui habitavam?
Rio dos canaviais
Cafezais, laranjais,
Rios de caqui
Aqui?
Rios de lotação
De mulas, carros
De boi,
Rio de bonde
Por onde?
Rio de folclore,
De mãe d'água,
Boitatá e saci
Aqui?
Rio de escritores,
Moçoilas, senhores
Rio de boemia e
Poesia
Todo dia?
Rio do Rosário
Do Quininha e da
Batalha
Rio da Virgem
Maria

E tem bacia?
Rio do Jequitibá,
Cedro, Ipê,
Jacarandá
Quaresminha
Ainda há?
Rio de serpentes,
Paca, cotia e quati
Tatu e gavião
Algum em
Extinção?
Rio de plantas
Ornamentais,
De sítios, de quintais
De ervas medicinais
Quais?
Rio de corridas
E peladas
Rio de caminhada
Até de madrugada?
Rio da prata dourada,
Promissor futuro
Lindo presente
Grande passado
Rio pra amar
Preservar, viver,
Cantar e assoviar
Vem gente,
Vem pra cá
Respirar, cuidar
Pra que essa gente
Do amanhã
Possa acontecer
Neste lindo lugar
(Alice Alves Franco)