



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO MULTIDISCIPLINAR
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
INSTITUTO DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL E
POLÍTICAS PÚBLICAS - PPGDT**

DISSERTAÇÃO

**O BAIRRO DA GLÓRIA/RJ ALÉM DO MAR: O CASO DA FEIRA
CULTURAL E ORGÂNICA**

ÉRICSON BRITO DE SOUZA

2017



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO MULTIDISPLINAR
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
INSTITUTO DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL
E POLÍTICAS PÚBLICAS - PPGDT**

**O BAIRRO DA GLÓRIA/RJ ALÉM DO MAR: O CASO DA FEIRA
CULTURAL E ORGÂNICA**

ÉRICSON BRITO DE SOUZA

Sob a orientação da Professora
Christiane Oliveira da Graça Amâncio

Sob a co-orientação da Professora
Betty Nogueira Rocha

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em
Desenvolvimento Territorial e Políticas
Públicas da Universidade Federal Rural
do Rio de Janeiro inscrito na linha de
pesquisa **Desenvolvimento e Políticas
Públicas.**

**Seropédica, RJ
Junho, 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)

S719b Souza, Éricson Brito, 1979-
O Bairro da GLÓRIA/RJ Além do Mar: O Caso da Feira
Cultural e Orgânica / Éricson Brito Souza. - 2017.
122 f.

Orientadora: Christiane Oliveira da Graça Amâncio.
Coorientador: Betty Nogueira Rocha.
Dissertação(Mestrado). -- Universidade Federal
Rural do Rio de Janeiro, Desenvolvimento Territorial
e Políticas Públicas, 2017.

1. Produção Orgânica. 2. Circuitos de
Comercialização. 3. Feira Livre. 4. Rio de Janeiro .
I. Amâncio, Christiane Oliveira da Graça , 42-, orient.
II. Rocha, Betty Nogueira , 42-, coorient. III
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.
Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas. IV.
Título.



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO MULTIDISPLINAR
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E SOCIAIS
INSTITUTO DE TECNOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO TERRITORIAL
E POLÍTICAS PÚBLICAS - PPGDT**

ÉRICSON BRITO DE SOUZA

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas** da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro inscrito na linha de pesquisa Desenvolvimento e Políticas Públicas.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 12/06/2017.

Prof^ª. Dr^ª. Cristhiane Oliveira da Graça Amâncio. UFRRJ
(Orientadora)

Prof^ª. Dr^ª. Betty Nogueira Rocha. UFRRJ
(Co-Orientadora)

Prof^ª. Dr^ª. Annelise Caetano Fraga Fernandez. UFRRJ

Prof^ª. Dr^ª. Maria Fernanda de Albuquerque Costa Fonseca. PESAGRO

Dedico...

A dádiva maussiana - a obrigação de dar,
receber e retribuir não se encerra nessa obra.

AGRADECIMENTOS

A minha caminhada rumo a referida pesquisa, iniciou nos tempos áureos de estudante do curso Técnico em Agropecuária e posteriormente de Agronomia, todos pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, logo a esta casa dedico o meu primeiro agradecimento.

Talvez ao nomear e direcionar um agradecimento cometa alguma injustiça, ou talvez não nomear pareça injusto. Afinal de contas, aqui é à hora e o lugar para dizer: Obrigado.

À minha família particularmente à minha mãe, de quem herdei o “gosto pela visão crítica do mundo e dos acontecimentos”, e a meu pai (*In memoriam*) por buscar na leitura o entendimento das mais diversas questões.

Os apoios que recebi dos colegas Juliana Scofano, Camila Lopes e Renato Soares, ambos do Instituto Nacional de Tecnologia.

Agradeço carinhosamente ao corpo discente da turma 2015 e agregando experiência e dicas de um passado recente Sérgio Braga, Carlos Humberto e Paulo Henrique Zuzarte. Todas e todos atores talentosos, e eu na platéia a buscar e mesclar ciências agrárias, desenvolvimento territorial e políticas públicas.

Ao corpo docente que direta e diretamente pavimentou o solo rumo a minha chegada.

À banca avaliadora composta pelas professoras Dra. Annelise Caetano Fraga Fernandez e Dra. Maria Fernanda de Albuquerque Costa Fonseca. Um abraço fraterno!

Agradeço as minhas orientações e direcionamentos ministrados pelas professoras Betty Nogueira Rocha e Cristhiane Oliveira da Graça Amâncio.

BIOGRAFIA

Com efetiva precisão descrever exatamente o início desta análise é algo prazeroso, pois é importante debruçar sobre o meu laço com a temática desenvolvida. Nasci e residi em Paracambi até os meus 26 anos de idade, município que dista a 80 quilômetros do Rio de Janeiro, que para alguns ou em alguns lugares da Paracambi o bucólico persiste e se reinventa, e para tantos é o último município da Baixada Fluminense.

A minha vinculação de identificação com o rural local deve-se ao fato das relações de compadrio que possuo e mantenho. Desde o meu ingresso no curso de Agronomia na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), as conversas com agricultores paracambiense e pessoas a eles ligados e demais moradores, foram realizadas como forma de adentrar aos poucos no “mundo” do lugar. Há, por exemplo, na minha trajetória seja como estudante do Curso Técnico em Agropecuária – Colégio Técnico da Universidade Rural ou como graduando, o maior quantitativo de horas dedicadas aos estágios profissionais está na Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado do Rio de Janeiro, Escritório Local de Paracambi.

A decisão de unir as ciências agrárias, o desenvolvimento territorial e políticas públicas, deu-se a partir do trabalho realizado no Serviço de Política e Desenvolvimento Agropecuário, na Superintendência Federal de Agricultura no Estado do Rio de Janeiro como Engenheiro Agrônomo Residente. Este programa de residência em engenharia agrônoma tratava da articulação — entendida em termos amplos — de um jovem recém-formado, tendo na figura da universidade, a mediadora entre as diversas facetas do desenvolvimento e o acesso as políticas públicas, que configuraria não apenas o espaço governamental, mas as relações e articulações dos disseminadores de diversas ações governamentais. Já como egresso do *Master of Business Administration* (MBA) em Análise de Políticas Públicas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro consistiu na “liga” entre a política pública e o rural. A alteração do meu status resultou num redirecionamento das minhas contemplações nos quais novos sentidos e novos lugares trilharam a minha próxima estadia, ou seja, o mestrado em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas pela UFRRJ. Reconheço que fiz uma opção consciente de transformar em objeto real algo antes sonhado, perpassando por outras formas de pertencimento e identificação.

Como etapa do processo seletivo e ao ingressar no curso de mestrado, a amplitude do meu recorte seria o Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar no município de Nova Iguaçu, porém após algumas conversas e ponderações com a minha orientadora a época

(Betty Nogueira Rocha), resolvemos definir o objeto de pesquisa. Mantive meus esforços sobre município de Nova Iguaçu, porém direcionando para a Feira da Roça iguaçuana.

Na reformulação do projeto inicial, resolvi recomeçar a pesquisa buscando informações sobre o histórico de criação, os atores envolvidos, os diversos momentos de renascimento procedendo com levantamentos e relatos, nos quais resultaram em algumas idas e vindas ao então universo de pesquisa.

RESUMO

SOUZA, Éricson Brito. **O bairro da Glória/RJ além do mar: O Caso da Feira Cultural e Orgânica. 2017. 122 p.** Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas - PPGDT). Instituto de Ciências Humanas e Sociais Aplicadas. Pró-reitoria de Pesquisa e Pós-graduação, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Seropédica, RJ: UFRRJ, 2017.

O presente estudo busca apresentar a Feira Cultural e Orgânica do bairro da Glória localizado no município do Rio de Janeiro como elo entre campo e cidade e rural e urbano. Para tanto o objetivo geral consistiu em analisar o elo campo e cidade, rural e urbano através da Feira Cultural e Orgânica localizado no bairro da Glória, na cidade do Rio de Janeiro. E fim de alcançar o objetivo geral, o presente trabalho possui como os objetivos específicos: analisar o processo histórico e a dinâmica de formação e funcionamento da Feira Cultural e Orgânica da Glória; avaliar o processo de funcionamento, organização e administração do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, assim como o perfil dos feirantes e consumidores no território da Feira Cultural e Orgânica da Glória, e avaliar a Feira Cultural e Orgânica como espaço de sociabilidade entre os feirantes e consumidores. Foram aplicados 20 (vinte) questionários semi estruturados, sendo 10 (dez) para os feirantes e 10 (dez) para os consumidores. Utilizamos de levantamento bibliográfico, tratamento e interpretação dos dados. A Feira Ecológica e Cultural atualmente Feira Cultural e Orgânica da Glória estabelecida há 23 (vinte e três) anos contribui para o reconhecimento da paisagem agrícola carioca, podendo ser entendida e compreendida para além de um local de comercialização de gêneros alimentícios, e sim um território movido por relações políticas, filosóficas e afetivas, onde em cada edição as relações são editadas e edificadas através dos estilos de vida, valores, anseios, diante de uma mesma arena. A Feira Cultural e Orgânica da Glória é uma porta de entrada para conhecer a dimensão agrícola da cidade do Rio de Janeiro, pois é a feira mais antiga no que concerne a comercialização e a conexão do feirante com consumidor conectando-os através da produção orgânica.

Palavras-chaves: Produção Orgânica; Circuitos de Comercialização; Feira Livre.

ABSTRACT

SOUZA, Éricson Brito. **The neighborhood of Glória/RJ beyond the sea: The case of the Cultural and Organic Fair. 2017. 122 f.** Dissertation (Postgraduate Program in Territorial Development and Public Policies - PPGDT). Institute of Applied Social Sciences. Pro-rector of Research and Post-graduation, Federal Rural University of Rio de Janeiro. Seropédica, RJ: UFRRJ, 2017.

The present study seeks to present the Cultural and Organic Fair of the neighborhood of Glória located in the city of Rio de Janeiro as a link between the countryside and the city and rural and urban. For this purpose the general objective consisted of analyzing the city and countryside and rural and urban link through the Cultural and Organic Fair located in the Glória neighborhood, in the city of Rio de Janeiro. In order to achieve the general objective, the present work has as its specific objectives: to analyze the historical process and the dynamics of formation and functioning of the Cultural and Organic Fair of Glória; to evaluate the process of the Carioca Circuit of Organic Fairs management and organization, as well as the fairs and consumers profiles in the territory of the Cultural and Organic Fair of Glória, and evaluate the Cultural and Organic Fair as a space of sociability between the fair and consumers. Twenty (20) semi-structured questionnaires were applied, of which 10 (ten) for the fair and 10 (ten) for the consumers. We used a bibliographical survey, treatment and interpretation of the data. The Ecological and Cultural Fair currently at the Glória Cultural and Organic Fair established 23 (twenty-three) years ago contributes to the recognition of the Rio de Janeiro's agricultural landscape, and can be understood and understood beyond a place of commercialization of foodstuffs, but a territory moved by political, philosophical and affective relations, where in each issue the relations are edited and built through the lifestyles, values, longings, before the same arena. The Glória Cultural and Organic Fair is a gateway to the agricultural dimension of the city of Rio de Janeiro, as it is the oldest fair in terms of marketing and connection of the marketer with consumers linking them through organic production.

Keywords: Organic Production; Marketing Circuits; Street Fair.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Feira Medieval (Extra Muros) e Feira Contemporânea (1978).....	30
Figura 2: Tipologia de Circuitos Curtos de Comercialização no Brasil.....	39
Figura 3: Identidade Visual do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas.....	42
Figura 4: Mapa de localização das Feiras inseridas no CCFO.....	43
Figura 5: Selo de Identificação do SISORG.....	46
Figura 6: Mapa de Localização do Bairro da Glória.....	59
Figura 7: Mapa de Localização dos Pontos Históricos do Bairro da Glória.....	60
Figura 8: Mapa de Localização das Feiras da Rua Conde Lages, da Avenida Augusto Severo e da Feira Cultural e Orgânica da Glória.....	62
Figura 9: Feira da Avenida Augusto Severo.....	63
Figura 10: Feira da Rua Conde Lages.....	63
Figura 11: Localização da Feira Cultural e Orgânica da Glória.....	65
Figura 12: Barracas Montadas e Padronizadas.....	66
Figura 13: Placa de identificação da barraca montadas com o nome da associação, o local de origem dos produtos, selo de certificação da ABIO ou de outra certificadora, logomarca do CCFO, o selo SISORG e a logomarca da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro.....	67
Figura 14: Produção primária vegetal comercializada.....	67
Figura 15: Processamento de produtos de origem vegetal comercializados.....	67
Figura 16: Ovos orgânicos comercializados na Feira Cultural e Orgânica da Glória.....	68
Figura 17: Idade dos Feirantes Entrevistados.....	76
Figura 18: Sexo dos Feirantes Entrevistados.....	76
Figura 19: Profissão dos Feirantes Entrevistados.....	77
Figura 20: Localização da Área Rural (Município/Distrito) dos Produtores Entrevistados.....	78
Figura 21: Local de Residência dos Feirantes Entrevistados.....	78
Figura 22: Condições Legais da Propriedade.....	81
Figura 23: Localização dos grupos de associados (SPG ABIO).....	85
Figura 24: Tempo do Feirante Entrevistado na Atividade da Produção Orgânica.....	86
Figura 25: Certificado de Conformidade Orgânica.....	87
Figura 26: Idade dos Consumidores Entrevistados.....	88
Figura 27: Profissão dos Consumidores Entrevistados.....	88
Figura 28: Bairro ou Município de Residência dos Consumidores Entrevistados.....	89
Figura 29: Produtos Adquiridos pelos Consumidores Entrevistados.....	92

Figura 30: Fidelização dos Feirantes por Parte dos Consumidores Entrevistados.....	93
--	----

LISTA DE QUADROS

Quadro 01: Nome e dias de realização das feiras do CCFO.....	44
Quadro 02: Nome das feiras do CCFO com as respectivas datas de inauguração e a organização gestora responsável.....	45
Quadro 03: OAC com os respectivos quantitativos de produtores certificados e o escopo de credenciamento.....	47
Quadro 04: Caracterização da certificação/auditoria baseada nos OAC por município, os respectivos quantitativos de produtores e o escopo de certificação, ambos localizados no estado do Rio de Janeiro.....	48
Quadro 05: Caracterização das OCS localizadas no estado do Rio de Janeiro, com os respectivos quantitativos de produtores e o escopo de registro.....	50
Quadro 06: Membros do Sistema Participativo de Garantia com as Respectivas Funções (Fornecedores e Colaboradores).....	53
Quadro 7: Caracterização do OPAC com o respectivo quantitativo de produtores certificados e o escopo de credenciamento baseado no CNPO (atualizado em 31.03.2017).....	55
Quadro 08: Localização, quantitativo e escopo de certificação dos produtores inseridos na ABIO.....	55
Quadro 9: Síntese dos grupos de SPG, o número de associados por grupo e os escopos de certificação.....	70
Quadro 10: Área total da propriedade, a área utilizada para o cultivo e a % de área cultivada, referente a cada feirante entrevistado.....	79
Quadro 11: Relação dos produtos agropecuários cultivados/produzidos/processados por cada feirante entrevistado.....	79
Quadro 12: Demais pontos de comercialização declarados por cada feirante entrevistado.....	81
Quadro 13: Tempo de participação dos feirantes entrevistados.....	82
Quadro 14: Mecanismo de avaliação da conformidade orgânica, a entidade responsável e o tempo de adesão por feirante entrevistado.....	84
Quadro 15: Período que os consumidores entrevistados frequentam a Feira.....	90
Quadro 16: Resultado ao questionamento realizado junto aos consumidores entrevistados, quanto frequentar exclusivamente a Feira Cultural e Orgânica da Glória.....	91

LISTA DE ABREVIACÕES E SÍMBOLOS

ABIO	Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro
AMA	Associação de Moradores da Glória
AS-PTA	Assessoria e Serviços a Projetos em Agricultura Alternativa
AULA	Associação Universitária Latino Americana
CC	Circuito Curto
CCC	Circuito Curto de Comercialização
CCFO	Circuito Carioca de Feiras Orgânicas
CD	<i>Compact Disc</i>
CEASA-RJ	Central de Abastecimento do Estado do Rio de Janeiro
CNPO	Cadastro Nacional de Produtores Orgânicos
COBAL	Companhia Brasileira de Alimentação
COONATURA	Associação Harmonia Ambiental COONATURA
CPORG/RJ	Comissão da Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro
DVD	<i>Digital Versatile Disc</i>
EMBRAPA	Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
EXT	Extrativismo Sustentável Orgânico
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IETS	Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade
IFOAM	<i>International Federation of Organic Agriculture Movements</i>
INMETRO	Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia
IN	Instrução Normativa
IPP	Instituto Pereira Passos
MAPA	Ministério de Agricultura, Pecuária e Abastecimento
OAC	Organismo de Avaliação da Conformidade
OCS	Organização de Controle Social
ONG	Organização Não Governamental
OPAC	Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade
PAA	Programa de Aquisição de Alimentos
PEA	População Economicamente Ativa
PESAGRO	Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro
PNAE	Programa Nacional de Alimentação Escolar
PPA	Produção Primária Animal

PPGDT	Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas
PPOA	Processamento de Produto de Origem Animal
PPOV	Processamento de Produto de Origem Vegetal
PPT	Processamento de Produto Têxtil
PPV	Produção Primária Vegetal
SPG	Sistema Participativo de Garantia
SISORG	Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica
UFRRJ	Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	18
CAPÍTULO I – O ENTRELACE CAMPO-CIDADE E RURAL -URBANO.....	24
1.1 Relação Campo-Cidade, Rural-Urbano.....	24
1.2 A Feira e seus Aspectos Históricos.....	29
1.3 A Cidade Maravilhosa e as Feiras Livres.....	32
1.4 Os Mercados e as Redes Sociais.....	35
CAPÍTULO II - O CIRCUITO CARIOCA DE FEIRAS ORGÂNICAS E A AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE.....	38
2.1 Circuito Curto de Comercialização.....	38
2.2 O Circuito Carioca de Feiras Orgânicas	40
2.3 A Localização e a Gestão das Feiras Orgânicas do Circuito Carioca.....	42
2.4 O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica Carioca.....	45
CAPÍTULO III – O BAIRRO E A FEIRA CULTURAL E ORGÂNICA.....	57
3.1 Afinal, quais são as Características do Bairro da Glória.....	57
3.2 As Feiras da Glória ou a Glória das Feiras.....	60
3.2.1 As Feiras Convencionais.....	61
3.2.2 A Feira Cultural e Orgânica da Glória: Do Nascimento a Organização.....	63
3.2.3 A Organização Gestora da Feira: Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro.....	69
CAPÍTULO IV – A PESQUISA.....	71
4.1 Metodologia Utilizada na Pesquisa.....	71
4.2 Instrumentos e Técnicas de Investigação.....	73
4.3 A Pesquisa de Campo.....	75
4.3.1 O Feirante.....	75
4.3.1.1 Informações Pessoais.....	75
4.3.1.2 Aspectos Fundiários.....	79
4.3.1.3 Aspectos Econômicos.....	81
4.3.1.4 O Entrelace do Feirante com a Feira Cultural e Orgânica da Glória.....	82
4.3.1.5 O Entrelace com a Conformidade Orgânica.....	84
4.3.2 O Consumidor.....	87
4.3.2.1 Informações Pessoais.....	87
4.3.2.2 O Consumidor e a Feira Cultural e Orgânica da Glória.....	89
4.3.2.3 O Consumidor e o Feirante.....	92
4.3.2.4 O Consumidor e a Conformidade Orgânica.....	93
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	94
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	97

ANEXO I: Relação de Feiras Livres Convencionais.....	106
ANEXO II: Decreto nº 35.064 de 25 de janeiro de 2012, que dispõe sobre a Criação do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas.....	110
ANEXO III: Acordo de Funcionamento das Feiras Orgânicas coordenadas pela Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro.....	111
ANEXO IV: Proposta de Observação – Foco no Feirante.....	120
ANEXO V: Proposta de Observação – Foco no Consumidor.....	122

INTRODUÇÃO

As primeiras feiras surgiram para suprir as necessidades de trocas entre as pessoas. A partir e ao redor delas surgiram vilas, comunidades, cidades (FONSECA, 2006: p. 03). O fenômeno socioeconômico da feira-livre remonta aos agrupamentos humanos mais longínquos, desde que as populações humanas deixaram de ser efetivamente nômades, domesticando animais, exercitando a agricultura e necessitando realizar suas trocas. No Brasil, a partir do que descreve a história “oficial”, essa atividade nos moldes que encontramos ainda hoje remonta ao período Colonial, como tradição cultural ibérica implantada pelos portugueses no país. Não por acaso, os dias da semana no calendário chancelado pela igreja católica nos países de língua portuguesa instituíram a palavra feira no final de cada um dos dias circunscritos entre o domingo e o sábado. A instituição eclesiástica – mais precisamente o apostolado de São Martinho de Braga – retirou a suposta “origem pagã” dos nomes dos dias que homenageavam astros, os substituiu por números e agregou a eles o termo feria referindo-se à semana da Páscoa de Jesus Cristo na qual todos os dias eram feriados e com isso apenas os mercados e feiras funcionavam ao ar livre (LUCENA, GERMANO, 2015). Segundo (Bourdieu, 2008), as atividades desenvolvidas no interior da feira – comerciais ou culturais – provocam a construção de territórios delimitados materialmente ou circunscritos simbolicamente. O conjunto de reflexões entre, Lucena, Germano (2015), Bourdieu (2008) e Fonseca (2006), nos levam a compreender que a feira livre é processo dinâmico de constante reestruturação e incorporação de novos valores, hábitos, agregando a sua condição de circulação simples de mercadoria.

De acordo com Braudel “(...) as verdadeiras feiras são aquelas para as quais a cidade inteira abre as portas”.

A opção por estudar um mercado específico de produtos orgânicos, por exemplo, a Feira Cultural e Orgânica da Glória deve-se aos acontecimentos responsáveis pela construção, pelo desenvolvimento e evolução do mercado orgânico na cidade do Rio de Janeiro, extraídos de Bicalho (2004), Fonseca (2009), Feres (2012) e Bicalho e Feres, (2014).

No final da década de 70, mas precisamente no ano de 1978, um anúncio veiculado no Jornal do Brasil, convocou pessoas a debater sobre a qualidade dos alimentos, o que resultou no nascimento do surgimento da Associação Harmonia Ambiental COONATURA.

Os anos 80 foram marcados pelos seguintes episódios:

- 1980 – Elaboração das normas da *International Federation of Organic Agriculture Movements* (IFOAM), nos quais serviram de base para a elaboração das normas para agricultura orgânica brasileira;

- Em 1982 – No município de São Lourenço do Sul, localizado no estado do Rio Grande do Sul, a criação da primeira cooperativa de produtos orgânicos do Brasil, representando um marco no desenvolvimento e comercialização no mercado orgânico. A referida iniciativa fez parte de um encontro pela conscientização dos produtores para a criação de uma forma associativa de modo a viabilizar o trabalho técnico nas áreas de agricultura, saúde e formação;

- Já em abril de 1984 durante o II Encontro Brasileiro de Agricultura Alternativa realizado no município de Petrópolis/RJ, foi assinada por 21 secretários estaduais de agricultura a Carta de Petrópolis, que consistia na formalização do apoio a diversas ações de fomento a agricultura orgânica. Em 1984 ocorreu a Fundação da Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO), a partir da adesão dos produtores participantes da Feira de Nova Friburgo, localizada na região serrana do estado do Rio de Janeiro. Tinha como membros agricultores urbanos e rurais. Também foi criado o IBD Certificações LTDA, sendo a primeira certificadora nacional habilitada para certificar orgânicos com foco na exportação.

- Em 1985, foi criada em Nova Friburgo a primeira feira orgânica no Brasil. Já na cidade do Rio de Janeiro nasce a primeira feira de produtos orgânicos localizada no bairro da Saúde.

- No ano de 1986 ocorreu a primeira iniciativa de criação de canais formais de comercialização na cidade do Rio de Janeiro através da inauguração na COBAL Humaitá de um box.

- No ano de 1988 com a participação do bispo da igreja católica de Nova Friburgo, foi obtido apoio financeiros de uma ONG Alemã no qual proporcionou a aquisição de box na COBAL Humaitá e de um caminhão, contribuindo para oferta diária de produtos orgânicos na cidade do Rio de Janeiro;

- No final dos anos 80, mas precisamente em 1989, a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro desenvolveu o Projeto Rio Hortas – oriundo da parceria entre associação de moradores e a prefeitura para a produção e comercialização de produtos orgânicos.

Os anos 90 foram marcados pelos seguintes episódios:

- No ano de 1991 iniciou as primeiras discussões em território nacional sobre políticas públicas focadas na agroecologia, além da criação da comissão de articulação e cooperação em agroecologia da Secretaria Especial do Meio Ambiente do Governo Federal. Outros fatos marcaram o referido ano, como: Através da Secretaria do Estado de Agricultura, Abastecimento e Pesca do estado do Rio de Janeiro, houve a criação da câmara técnica para o desenvolvimento da agricultura ecológica, cujo objetivo consistiu nas discussões de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento da agricultura orgânica no Estado; Com a necessidade de atestar a qualidade e a idoneidade de produtos comercializados no Rio de Janeiro, surgiu a primeira iniciativa de normatização de produtos orgânicos no Brasil através da comunicação e relação da COOLMEIA (RS) e do Nasser (ES).

- Como um dos êxitos dos trabalhos da ABIO na ECO 92, e em uma ação conjunta com a Associação de Moradores da Glória (AMA) e a Associação Harmonia Ambiental COONATURA na cidade do Rio de Janeiro, foi gerado um incentivo para criar um canal de vendas no qual o produtor pudesse entrar em contato direto com o consumidor. Como resultado foi à inauguração no ano 1994, da primeira Feira Cultural e Ecológica da Glória, favorecendo assim o melhor negócio dos produtos e uma melhor confiabilidade entre as partes (produtores e consumidores de produtos orgânicos). Criação do Selo ABIO.

- Como resultado da parceria entre a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), a Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ) e a Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro (PESAGRO-RIO), foi inaugurada em 1993 no município de Seropédica, na baixada fluminense, a Fazendinha Agroecológica, que é um espaço voltado a pesquisa científica e de ensino em agricultura orgânica, além das atividades de capacitação e trocas de experiências entre técnicos, agricultores e demais cidadãos.

- 1994 – Criação da Feira Cultural e Ecológica da Glória; Criação da comissão especial para propor normas e certificação de produtos orgânicos (Portaria DAS/MA nº 178, agosto de 1994) e do Comitê Nacional de Produtos Orgânicos para propor estratégias para a certificação de produtos orgânicos (Portaria DAS/MA nº 190, setembro de 1994).

- Nos anos de 1995 e 1997, ocorreu a nomeação dos membros para compor Comitê Nacional de Produtos Orgânicos, através da Portaria DAS/MA nº192, abril 1995 e a entrada dos produtos orgânicos na rede de supermercado Zona Sul na cidade do Rio de Janeiro.

- Em 1999, ocorre a publicação da Instrução Normativa nº 007, maio de 1999 do Ministério da Agricultura no qual estabelecia normas nacionais de produção, tipicidade,

processamento, envase, distribuição, identificação e de certificação de qualidade para os produtos orgânicos de origem vegetal e animal. Abertura no Pavilhão 30 na Central de Abastecimento do Estado do Rio de Janeiro (CEASA-RJ) de um entreposto atacadista de produtos orgânicos de origem vegetal. Ressaltamos que anteriormente a comercialização dos produtos orgânicos nesse pavilhão era realizada em conjunto como produtos convencionais.

Nos anos 2000 os seguintes episódios mais marcantes foram:

- No período de 2000 a 2003 é marcado pelas seguintes normatizações: Designação dos membros para comporem o colegiado nacional (Portaria DAS/MAPA nº42, novembro de 2000); Liberação das diretrizes para compor os regimentos internos dos órgãos colegiados Federal/Estadual através da Portaria DAS/MAPA nº19, abril de 2001; Estabelecimento de critérios para credenciamento das entidades certificadoras de produtos orgânicos (Instrução Normativa DAS/MAPA nº 006, janeiro de 2002); A Lei Federal nº 10831 de 23 de dezembro de 2003 dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências.

- Em 27 de dezembro de 2007, ocorre a regulamentação da Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências, através do Decreto nº 6.323.

- Em 2009 é realizada na Lapa-RJ um evento que durou aproximadamente quatro meses (dezembro de 2009 a abril de 2010) onde contou com a comercialização de produtos orgânicos, de artesanato ecologicamente correto, oficinas de reciclagem, além de grupos musicais e de danças típicas.

- Visando a reaproximação dos produtores com o consumidor, prejudicada com a entrada de supermercados e intermediários no setor de orgânicos, a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro em parceria com diversas organizações governamentais e não governamentais criou em maio de 2011 o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas (CCFO), como novos canais de comercialização, no qual a Feira Cultural e Orgânica da Glória está inserida. Em 29 de maio de 2011 dá-se a abertura do CCFO no Bairro Peixoto. Já em setembro do mesmo ano foi inaugurada a feira no Leblon e do Jardim Botânico. Além de fomentar a comercialização, o CCFO promove a revalorização do espaço (praças públicas), aproximação com as associações de bairro, agregação de valor aos produtos orgânicos e reconecta campo e cidade e rural e urbano.

- Em janeiro de 2012 ocorre a promulgação do Decreto Municipal nº 35.064 no qual dispõe sobre a criação do CCFO. A organização a descrição e a autenticidade das Feiras do

CCFO foi instituída através da Resolução Conjunta SEDES-SEOP nº 01, de 9 de maio de 2012.

- Em 20 de agosto de 2012, através do Decreto nº 7.794, fica instituída a Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PNAPO), com o objetivo de integrar, articular e adequar políticas, programas e ações indutoras da transição agroecológica e da produção orgânica e de base agroecológica, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e a qualidade de vida da população, por meio do uso sustentável dos recursos naturais e da oferta e consumo de alimentos saudáveis. São instrumentos da PNAPO: Art. 4º São instrumentos da PNAPO, sem prejuízo de outros a serem constituídos: I – Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (PLANAPO).

Como resultado do diagnóstico realizado pelo PLANAPO têm se proliferado os pontos de comercialização de produtos orgânicos e de base agroecológica em todo o país, com a forte característica da utilização de feiras como viabilizadoras da comercialização com preços mais justos e por estabelecerem laços diretos entre produtores e consumidores. Cooperativas de consumo, pequenas redes familiares de varejo local, pontos de distribuição especializados em produtos “saudáveis” nos centros urbanos, além de grandes redes de supermercados, são outros equipamentos de comercialização que distribuem esse perfil de produto. As compras governamentais, como as realizadas pelo Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) e pelo Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), têm tido também um crescimento sistemático da participação de produtos orgânicos e de base agroecológica (BRASIL, 2013).

Além disso, um dos principais resultados do primeiro ciclo de execução do PLANAPO (compreendeu o período de 2013 a 2015, envolvendo a destinação de aproximadamente de R\$ 2,9 bilhões) a ser destacado diz respeito ao fortalecimento de relações de confiança entre órgãos públicos, agricultores (as) e consumidores (as), em torno da real preocupação com questões de saúde no campo, com a oferta de alimentos saudáveis e com a necessidade de melhor integrar a produção agrícola à conservação ambiental (BRASIL, 2013).

- Retomando aspectos inerentes ao CCFO, no ano de 2013 ocorreu a inauguração das feiras de Jacarepaguá, Laranjeiras, Botafogo e Flamengo e a entrada das organizações gestoras AS-PTA e Essência Vital. Em 2015 é marcado pela inauguração da feira da Ilha do Governador, e a entrada da quarta organização gestora, a Associação Universitária Latino Americana (AULA). Aspectos históricos da inserção da Feira Cultural e Orgânica da Glória serão tratados em capítulos futuros.

Toda feira integrante do CCFO possui uma organização gestora, e no caso da Feira Cultural e Orgânica da Glória é a ABIO, que também é credenciada como um Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC) junto ao MAPA, sendo responsável por realizar atividades, de avaliação da conformidade orgânica e ser o representante legal de um determinado Sistema Participativo de Garantia (SPG).

Os SPG são grupos formados por produtores, consumidores, técnicos e pesquisadores, ou seja, estabelecem procedimentos de verificação da conformidade, os regulamentos técnicos de produção orgânica daqueles produtores que compõe esse sistema. Tal sistema é gerido na base da reciprocidade e de confiança mútua e exige a formação de redes pessoais para executar a verificação da conformidade nas propriedades rurais (BICALHO, 2004; FERES, 2012).

Neste sentido, o referido estudo sobre a Feira Cultural e Orgânica da Glória justifica-se pelo fato da feira ser a primeira feira livre de produtos orgânicos da cidade do Rio de Janeiro, no qual possui 23 (vinte e três anos) de existência aproximando produtores e consumidores e dinamizando diversas áreas de produção localizadas no estado do Rio de Janeiro. Articula a cidade do Rio de Janeiro do ponto de vista da produção e consumo de produtos orgânicos historicamente. É um espaço marcado para além da comercialização de gêneros alimentícios e também é um “palco” de ações e manifestações culturais. São 16 (dezesesseis) anos de consolidação antes da criação do CCFO.

Com base nesta perspectiva conduziu-se esta dissertação com o objetivo geral de analisar o elo campo e cidade, rural e urbano através da Feira Cultural e Orgânica localizada no bairro da Glória, na cidade do Rio de Janeiro. A fim de alcançar o objetivo geral, o presente trabalho possui como objetivos específicos:

1. Analisar o processo histórico e a dinâmica de formação e funcionamento da Feira Cultural e Orgânica da Glória.
2. Avaliar o processo de funcionamento, organização e administração do CCFO, assim como o perfil dos feirantes e consumidores no território da Feira Cultural e Orgânica da Glória.
3. Avaliar a Feira Cultural e Orgânica como espaço de sociabilidade entre os feirantes e os consumidores.

A pesquisa bibliográfica concentrou sobre campo e cidade, feiras particularmente sobre a Feira Cultural e Orgânica da Glória, assim como os aspectos inerentes a circuitos curtos de comercialização e principalmente a circuito de venda de produtos orgânicos. As principais fontes privilegiadas de análise consistiram em pesquisas e arquivos acadêmicos, notícias (impressas e *on line*), onde as buscas foram realizadas através de termos campo e

cidade, feiras livres, mercados, cidade do Rio de Janeiro, bairro da Glória, o CCFO e o marco legal vigente referente à legislação brasileira para agricultura orgânica, em periódicos e semanários diversos até o fechamento deste trabalho. Foram entrevistados feirantes e consumidores no qual optei pela utilização de questionário semi estruturado com perguntas abertas e fechadas, de modo a preservar o “clima de conversa”. As entrevistas aconteceram em locais e momentos diversos, todas realizadas na Feira Orgânica e Cultural da Glória: hora do lanche do feirante e consumidor, intervalo para um descanso e entre um consumidor e outro, durante a chegada e a partida dos feirantes e consumidores.

A fim de preservar o anonimato dos entrevistados (feirante e consumidor), decidi-me por identificá-los pelas letras do alfabeto compreendidas de A a J.

A construção da dissertação inicia abordando a relação rural-urbano e campo-cidade, em seguida focamos os aspectos históricos de feira, o entrelace da cidade maravilhosa com as feiras livres, a contextualização dos mercados e as redes sociais.

No capítulo subsequente, exponho os aspectos do Circuito Curto de Comercialização (CCC), a trajetória do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, encerrando com os aspectos, as premissas e o universo de agricultores/processadores do estado do Rio de Janeiro inseridos no Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SISORG).

No quarto capítulo, focalizo o bairro da Glória, as suas feiras, centrando na Feira Orgânica e Cultural da Glória.

Por fim, apresentamos os resultados da pesquisa de campo — obtidos através da imersão na feira e posterior aplicação de questionários semi estruturados com perguntas abertas e fechadas focadas nos feirantes e os consumidores, encerrando com as considerações finais.

CAPÍTULO I – O ENTRELACE CAMPO-CIDADE E RURAL-URBANO

No primeiro capítulo, abordaremos os principais referenciais teóricos sobre campo-cidade e rural-urbano, cujo enfoque será com, onde e porque surge este debate. Em seguida será apresentada a feira e seus aspectos históricos, assim como a cidade maravilhosa e as feiras livres, encerrando o capítulo focando nos mercados e as redes sociais.

1.1. Relação Campo-Cidade, Rural-Urbano

Refletir e dissertar sobre as atuais transformações da relação campo-cidade remete à percepção do campo, de um lado, como referência de permanência de atividades primárias, de

outro como fornecedor de mão-de-obra e matérias-primas para a cidade. No entanto, a dinâmica do rural na contemporaneidade abarca atividades não agrícolas responsáveis pela dinamização e diversificação das fontes de renda oriundas de atividades relacionadas ao campo, tais como, o turismo rural (sítios de lazer ou casa de campo), piscicultura, artesanatos, prestação de serviços como, restaurantes, hotéis-fazenda, clubes, dentre outros, muitas das vezes sendo desempenhadas pelo que a literatura convencionou-se a chamar de neo-rural.

Os "neo-rurais" são produtores agropecuários de clara tradição urbana que buscam no campo a realização de modelos de vida mais satisfatórios. São indivíduos com elevado grau de escolarização, possuidores de redes de informação nacionais e internacionais especializadas e que têm investido considerável capital na produção de produtos destinados a um mercado de consumo urbano seletivo (produtos orgânicos, queijos finos, ervas finas, camarões da Malásia, cogumelos, escargots, trutas, rãs etc.), por eles próprios reconstruídos a partir de suas anteriores redes de relações urbanas, nunca cortadas (GIULIANI, 1990).

A seguir, serão destacadas (03) três importantes correntes de pensamento teórico, cujo enfoque é a dinâmica do rural e do urbano nas sociedades atuais.

A primeira corrente abarca que o fim do principal ator social no meio rural, o camponês, seria expressão de um processo mais amplo entendido como o fim do próprio mundo rural (MENDRAS, 1976). A diminuição da população agrícola como consequência da implementação hegemônica do modelo produtivista¹ estaria diretamente relacionada ao processo de urbanização das localidades rurais, entendido aqui como a generalização do padrão de vida urbano, o que atestaria o fim da especificidade que até então distinguiu o rural do urbano (CARNEIRO, 2008). A urbanização seria, nesses termos, uma decorrência natural e inevitável da modernização da sociedade (SOROKIN; ZIMMERMAN; GALPIN, 1981).

Novos elementos são introduzidos ao debate, dando margem à formulação de outras correntes interpretativas, no qual se destaca a dinâmica do mundo rural, não caberia mais na afirmação da tendência ao seu esvaziamento social, econômico e cultural (CARNEIRO, 2008). Ao contrário, um sopro de vida é sentido, o que permitiu falar, para o caso francês, em "renascimento rural" (KAYSER, 1990). Renascimento este que não se identifica, conforme fora previsto pela primeira vertente de análise, à modernização do "rural" nos padrões da cidade, mas à constituição de novas formas de sociabilidade e de relações sociais sustentadas numa complexa rede de atores sociais que não pode mais ser compreendida pura e

¹ A autora sinaliza que na França, os agricultores representavam apenas 5% da população ativa no final do século XX. No Brasil, observa-se uma tendência à diminuição da População Economicamente Ativa (PEA), mas que não nos permite concluir sobre o fim do mundo rural. A questão a ser colocada é sobre as características que esse rural está assumindo na atualidade.

simplesmente como um processo de urbanização que se encaminharia na direção da homogeneização espacial e social entre o campo e a cidade (CARNEIRO, 2008).

A segunda corrente de pensamento está alicerçada na defesa da permanência das diferenças espaciais e sociais contextualizadas por processos históricos de reelaboração contínua da dualidade campo–cidade engendrando novas ruralidades² (WANDERLEY, 2000). Kayser após analisar dados censitários sobre a França identificou um movimento de retorno da população urbana ao campo, ou seja, alteração da “cadência” do êxodo rural, ainda de difícil quantificação (KAYSER, 1990; 1996). Ainda segundo o autor, iniciaria a revitalização social e econômica de áreas rurais que deixaram de ter sua dinâmica centrada na atividade agrícola, porém não poderia confundir com as realidades urbanas. Tal fenômeno, denominado de “renascimento rural” (KAYSER, 1990), nega tanto o fim do mundo rural como o da dualidade, ambos previstos pelo modelo da modernização homogeneizadora, mas permanece a idéia de que estaríamos observando uma aproximação entre os padrões de vida da população rural e urbana. A referida aproximação se conjugaria de diferentes modos e aspectos, resultando em “um mosaico de formas e de cores em que se impõem as culturas”. Deste mosaico destaca-se, ainda em lugar privilegiado, a figura do agricultor – responsável por manter “o campo tradicional”, reconhecido na paisagem trabalhada pelas mãos do homem e tão valorizada pela população urbana (KAYSER, 2000). Diante das constatações sobre as novas mudanças que vêm ocorrendo no mundo rural, à atividade agrícola ainda é tomada como referência para qualificar “espaço rural”, seja para afirmar o seu fim (MENDRAS, 1976), seja para definir os seus novos parâmetros dentro da sua especificidade (CARNEIRO, 2008).

A terceira e última corrente sustenta o fim da dicotomia rural–urbano para qualificar realidades sociais distintas nas sociedades contemporâneas. Com base principalmente em estudos da sociedade italiana, em que nunca teria ocorrido uma clara identificação entre agricultura e dispersão populacional, nega-se o sentido dessa distinção e propõe-se uma abordagem com base espacial economia local ou regional –, mas que permitiria perceber a heterogeneidade sociocultural na continuidade territorial (CARNEIRO, 2008). A ênfase aqui recai sobre a negação de sentido não só à dualidade rural–urbano, mas também à sua similar, ou seja, agricultura versus indústria, principalmente segundo dois fatores. O primeiro fator observa a recuperação do dinamismo de algumas áreas rurais e o declínio de certas áreas

² Conjunto de categorias referidas a um universo simbólico ou a uma visão de mundo que orienta práticas sociais distintas em universos culturais heterogêneos, podendo ser exibida através de seu processo dinâmico de constante reestruturação dos elementos culturais locais na incorporação de novos valores, novos hábitos e novas técnicas. (FROELICH, 2012)

urbanas tanto em países de desenvolvimento mais antigo, como a França, por exemplo, quanto nos que passaram por esse processo mais recentemente, como é o caso da Itália. A dinamização econômica nos centros menores e em zonas rurais, na Itália durante os anos 80 – a chamada Terceira Itália³ –, e o processo conhecido como industrialização difusa que levou atividades industriais para pequenos distritos rurais no contexto do processo de internacionalização da economia teriam mudado os termos da troca entre zonas rurais e urbanas. Em algumas regiões da França são zonas rurais não necessariamente contíguas às urbanas que estão crescendo; além disso, observa-se a inversão ou a desaceleração do processo de migração campo–cidade em algumas regiões. O segundo fator se refere ao uso recorrente à existência da atividade agrícola como definidora dos espaços rurais. Com o processo de modernização da agricultura e da sociedade, ocorre uma diminuição dos postos de trabalho na agricultura e uma ampliação das atividades não-agrícolas em territórios rurais. No entanto, permanece a ideologia, que se expressa também em um tipo de política, que continua a identificar as zonas rurais às atividades agrícolas, como uma imagem consensual que se impõe a todo e qualquer tipo de realidade.

A perda da capacidade de enxergar e captar a heterogeneidade do mundo social constitui outro problema para os que insistem em operar com as categorias rurais e urbanas para distinguir territórios, regiões, distritos, entre outras (SARRACENO, 1994).

Preocupado com a diversidade dos espaços rurais, MARSDEN (1995: p. 295) sinaliza para a necessidade de novas chaves conceituais que permitam ir além do simples reconhecimento dessa heterogeneidade e responder como esse processo emerge, para quem e por quem, privilegiando assim uma abordagem centrada na diversidade dos atores e classes sociais. Concentrando sua análise no que denomina de fase do pós produtivismo, para além da produção agrícola, tais como a proteção ambiental, os interesses dos consumidores e as demandas de uma classe média não-agrícola. Esse processo, de caráter intersetorial, implica também a transgressão de fronteiras de atividades econômicas as mais diversas, impondo um desafio conceitual no que se refere à reintegração dos múltiplos usos da propriedade, à reconstituição da localidade e da paisagem e aos direitos das pessoas no meio rural.

Tal como o “renascimento rural” francês, a imagem do “novo rural brasileiro” vai estimular uma série de estudos voltados para a qualificação dessa nova tendência que têm

³ Este nome derivou-se da divisão de regiões pelos seus respectivos desempenhos econômicos, onde o noroeste tradicionalmente rico era denominado de Primeira Itália, mas passava por uma crise profunda. O Sul de pouco progresso era denominado de Segunda Itália. E a região do centro e do nordeste, mostrava-se em crescimento, através de aglomeração de pequenas firmas, sendo denominada então de Terceira Itália (SCHIMTZ, 1997).

como uma das principais premissas a ruptura (ou relativização) da representação do mundo rural atrelada à atividade agrícola (CARNEIRO, 2008: p. 20 e 21). Para Graziano da Silva, o crescimento das atividades não-agrícolas é uma decorrência da ampliação do mercado de trabalho urbano para as áreas rurais, sobretudo as mais próximas das grandes cidades. Destaca as famílias pluriativas que se caracterizam pela combinação da atividade agrícola a outras ocupações como estratégia familiar de melhoria das condições de vida ou mesmo como condição de permanência no campo. Cabe ressaltar, os “novos tipos de ocupações” estimulados pela exploração do turismo e pela transformação de espaços rurais em áreas de lazer. Encontram-se aí as principais alternativas de trabalho para os jovens filhos de agricultores (jardineiros, pedreiros, caseiros, empregadas domésticas, entre outras), constituindo-se uma das formas de pluriatividade no campo (CARNEIRO, 2008: p. 21).

Para Schneider (2003, p.91), a pluriatividade é entendida como uma característica típica dos processos de desenvolvimento em que a integração dos agricultores familiares ou não passa a ocorrer não mais exclusivamente via processos de produção agropecuários ou em atividades exclusivamente agrícolas, porém por meio da sua inserção em outros canais de comercialização, como por exemplo, os CCC no qual a Feira Cultural e Orgânica do bairro da Glória/RJ está inserida.

Seria prematuro identificar na realidade brasileira a ocorrência do mesmo fenômeno que é reconhecido na Europa como “renascimento do rural”. Nessa direção encontra-se a crítica formulada por (VEIGA, 2006: p. 334), no qual inicia abdicando do uso dessa expressão até mesmo para a realidade européia, sustentando que a dinâmica recente das populações dos pequenos povoados sinaliza para algo novo que difere da realidade rural anterior à globalização do que do renascimento do rural, uma vez que o revigoramento das áreas tidas como “rurais” nos tempos atuais vista pelo autor como “o mais completo triunfo da urbanidade”, seria um fenômeno novo no qual pouco teria a ver com o rural vivido por essas sociedades no passado. Ainda segundo o autor, esse fenômeno das sociedades centrais como o “nascimento” de uma “nova ruralidade⁴” e não de um “renascimento” (KAYSER, 1990).

Neste sentido, a relação estabelecida entre o campo e a cidade de maneira dialética, provoca uma hibridação e não valorização de um em detrimento do outro. “Urbanidades no rural” e “ruralidades no urbano”, como afirma Henri Lefebvre⁵, que, embora defenda a teoria da sociedade urbana, não nega o rural e não aponta para o fim do campesinato. No contexto

⁴ O termo ruralidade expressa uma categoria extremamente maleável, surge no contexto de reapropriação do rural e construção de uma identidade. Para muitos autores, a ruralidade é maneira de viver o rural.

⁵ Lefebvre, H. (1969). O Direito à cidade. Documentos. São Paulo.

de novas relações entre campo e cidade, supera-se a oposição entre eles, já que o campo incorpora as tecnologias da cidade e reorganiza as suas vivências por conta das novas relações de produção e comercialização. Cidade e campo continuam existindo, mas não mais sob o viés da dicotomia (ARAÚJO, 2011: p. 68, 69).

A Feira Cultural e Orgânica da Glória neste sentido vai ser interpretada como um espaço de conexão entre o campo-cidade e rural-urbano, as relações estabelecidas entre feirante e consumidor, através de um território do ponto de vista do consumo e da produção de orgânicos em uma metrópole latino americana, como por exemplo, é o caso da cidade do Rio de Janeiro.

1.2. A Feira e seus Aspectos Históricos

O conceito de feira surgiu no século XV, porém a prática que envolvia relações de trocas é mais antiga, como nas aldeias e cidades primitivas, eram locais específicos em que a troca de produtos era realizada. Os templos, por exemplo, não eram destinados exclusivamente para rituais puramente religiosos, basta recordar a passagem bíblica que trata da expulsão dos mercadores do templo:

A Páscoa dos judeus estava próxima, e Jesus subiu para Jerusalém. No Templo, Jesus encontrou os vendedores de bois, ovelhas e pombas, e os cambistas sentados. Então fez um chicote de cordas e expulsou todos do Templo junto com as ovelhas e os bois; esparramou as moedas e derrubou as mesas dos cambistas. E disse aos que vendiam pombas: Tirem isso daqui! Não transformem a casa de meu Pai num mercado. (JOÃO, 2. 13-16)

Gordon Childe afirma que, nas cidades teocráticas como as do Egito e da Suméria⁶, os deuses foram os “primeiros capitalistas”, devido ao uso dos templos para fins comerciais, a exemplo dos zigurates⁷. Essas civilizações só desenvolveram o conhecimento técnico-científico devido ao impulso proporcionado pelo comércio. Na Mesopotâmia, no Egito e no vale do Indo, como não havia matérias-primas disponíveis para se construir as primeiras cidades, foi necessário buscá-las em outras regiões, fato que estimulou o desenvolvimento do comércio e da troca para garantir o abastecimento dos materiais necessários (ARAÚJO, 2011: p. 61-62).

Tal comércio deu origem, muitas vezes, às cidades, sendo também responsável pelo seu desenvolvimento. As primeiras cidades foram, entre outras funções, os locais onde essa atividade concentrava-se, geralmente nas áreas centrais, em volta das igrejas, do mercado e da

⁶ No decorrer da história mesopotâmica, a Suméria foi a primeira civilização a ocupar os territórios entre os rios Tigre e Eufrates, atualmente a região é conhecida como sul do Iraque e Kuwait (HAMDANI, 1978).

⁷ Zigurates eram templos religiosos dos povos sumérios, babilônicos e os assírios na Mesopotâmia em 1.300 a.C (OSMUNDSON, 1999).

praça, conforme refere-se Le Goff (ARAÚJO, 2011: p. 61-62). A Figura 1 mostra a Feira Medieval (Extra Muros) e a Feira Contemporânea (1978).

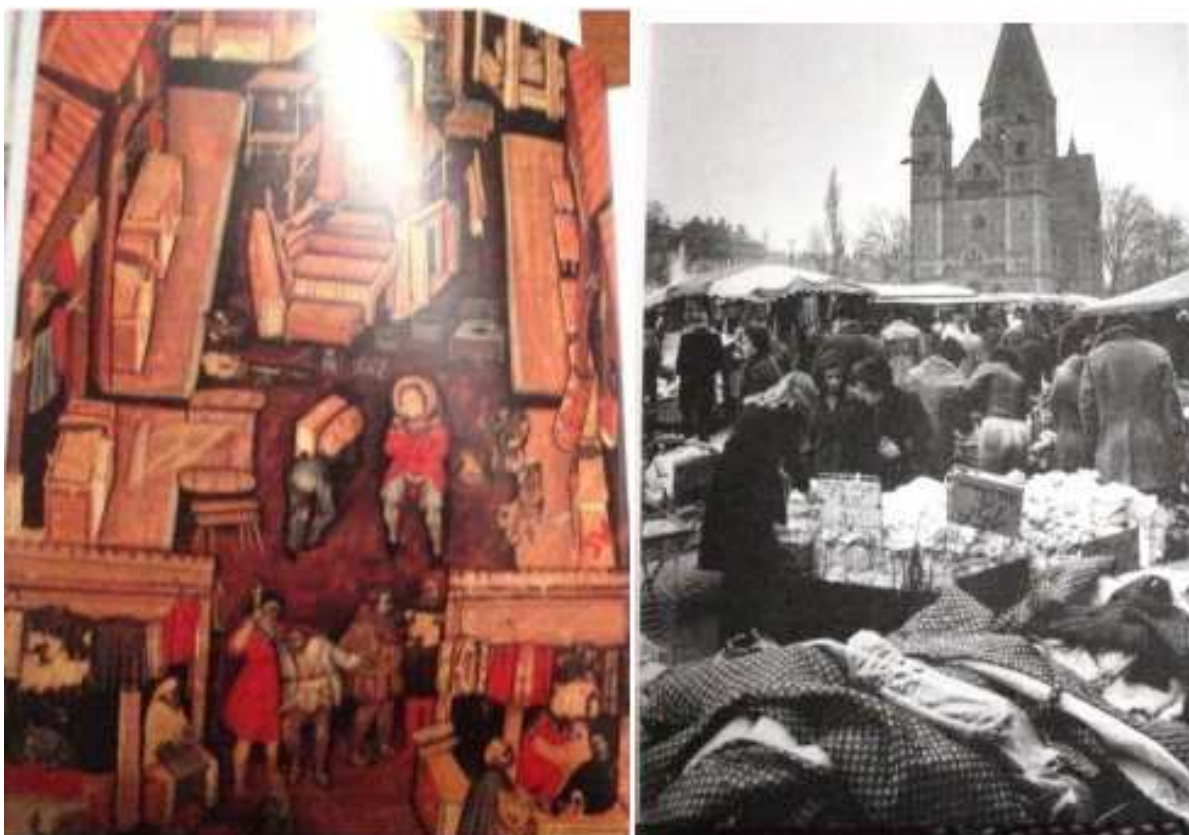


Figura 1: Feira Medieval (Extra muros) à esquerda e Feira Contemporânea (1978) à direita.
Fonte: Le Goff, J. (1998) *apud* Araújo, 2011.

Na Idade Média, as feiras só surgem com a expansão do comércio em função do crescimento dos excedentes agrícolas de uma economia baseada no feudalismo, apoiando os mercados regionais, com o objetivo de abastecimento local. Entretanto, diante da troca de produtos que emergiu no desenvolvimento das forças produtivas com o renascimento comercial, as feiras transformaram-se em locais que favoreciam o desenvolvimento desse comércio nas cidades (HUBERMAN, 1979).

Uma vez que não havia meios de transporte desenvolvidos nem procura muito acentuada e constante por mercadorias em comércios permanentes, a realização de feiras periódicas, uma ou duas vezes por semana, era um instrumento de vida local que estabelecia uma forma de comércio de caráter fixo (HUBERMAN, 1979).

Além do Ocidente Europeu, as feiras se constituíram e até hoje se fazem presentes no Oriente, no Extremo Oriente, quer devido ao clima que foi propício aos encontros de mercadores e mercadorias, seja em função de aspectos ligados a religiosidade. Este é o caso das feiras do Marrocos e do Magreb, onde elas eram instaladas próximas aos locais santos e

destinos de peregrinações. Há também registros de feiras mais ativas em terras islâmicas, como por exemplo, as que se localizavam no Egito, Arábia e Síria. Já em relação a algumas regiões da África e da Indonésia, a questão comercial, baseada em sistemas econômicos tradicionais, foi anterior à chegada dos colonizadores europeus, sendo inclusive as comunidades tribais classificadas a partir de três tipos de sistemas econômicos: as sociedades sem mercado, as sociedades com mercados periféricos e as sociedades com princípio de mercado (BRAUDEL, 1998). Com a expansão marítima e comercial européia, a tradição das feiras foi levada para as colônias. Na América Latina, existiam lugares que conheciam as feiras antes da chegada dos europeus, por exemplo, nos atuais México e Guatemala. Em outros lugares, como nas terras do atual Brasil, as feiras eram uma inovação e desconhecidas da população nativa. Portanto, as feiras livres brasileiras são heranças das feiras medievais portuguesas (MOTT, 1975).

No caso do Brasil, que não possuía praça de mercado e passa a tê-lo copiando os modelos das feiras européias, especificamente as portuguesas da época medieval, foram introduzidas pelos colonos, constituindo um fator de importantes transferências culturais realizadas através da mobilidade populacional entre os dois lados do Atlântico. É sabido que a metrópole portuguesa teve sua primeira feira no ano de 1.125, inicialmente como feiras de gado, de lã e de couros, sendo introduzidos, posteriormente os cereais e demais gêneros alimentícios (DUBY, 1987).

As feiras brasileiras tiveram sua origem somente por intermédio do colonizador português porque os nativos estavam acostumados a uma cultura de subsistência, e não de acumulação de excedentes. Não há, portanto, nenhum registro de transações comerciais antes da chegada dos europeus. Entretanto, há sim registro de uma “troca silenciosa” efetivada entre as aldeias (ARAÚJO, 2011: p. 65).

(...) num terreno descampado, inimigos mortais estabeleciam uma rudimentar “paz de mercado” de um lado ficavam os Tupinambá, e do outro os Tupiniquim. Intercambiavam apenas dois produtos altamente valorizados e especialidades de cada grupo: os primeiros ofereciam quantidades de penas coloridas, enquanto os outros traziam pedras de cores, utilizadas para fazer enfeites faciais. Os Tupinambás colocavam seus produtos no meio do descampado, e se retiravam. Vinham os Tupiniquim, levavam as penas e deixavam as pedras semipreciosas. Em seguida era a vez dos Tupinambá de recolherem os bens deixados pela tribo inimiga. Cada grupo levava o produto trazido pelo outro, sem qualquer comunicação intergrupal, e mal se distanciavam do local, interrompia-se a trégua, reiniciando as hostilidades (MOTT, 2000, p. 21).

No Brasil, a primeira feira foi realizada em 1548, quando o rei português Dom João IV ordenou ao Governador-Geral a realização de uma feira a cada dia da semana, porém somente em 1588 é que as feiras foram implantadas nas povoações, para que moradores

pudessem se abastecer. Provavelmente as feiras surgiram no Brasil, efetivamente, quando um maior desenvolvimento demográfico e uma maior diversidade econômica da colônia justificaram a criação de lugares de troca de mercadorias, institucionalizados não só pela sua periodicidade, mas também pelo apoio administrativo das autoridades (MOTT, 2000).

Portanto, no Brasil colonial houve, sobretudo no século XVIII, duas maneiras de comércio distintas. Uma era a exercida por mercadores e foi responsável pelas vendas dos artigos finos e de luxo trazidos da metrópole. A outra dizia respeito ao comércio ao ar livre, com a venda de produtos provenientes da terra, produzidos pelos agricultores, lavradores, bem como pelos criadores de gado bovino, que era uma forte atração para o comércio. Na feira vendia-se, prioritariamente, o gado bovino e farinha, como era o caso da feira de Ipitanga, da Freguesia da Mata de São João na Vila de Nazareth, da Feira de Santana, da de Goiânia e da de Itabaianinha, na capitania de Pernambuco, entre outras que existiam no que hoje conhecemos como região Nordeste (ARAÚJO, 2011).

Com características genuinamente rurais, em um universo urbano como o das cidades, as feiras se ressignificam, ao mesmo tempo em que trazem para a ambiência “asfáltica” elementos do universo do campo. E, assim, as feiras abarcam novos significados a todo instante, em todas as épocas e locais, incorporando características múltiplas “novas” e adaptando-se às demandas do mercado (ARAÚJO, 2011).

Periodicamente os produtores rurais isolados levam seus excedentes para o local onde se realizam as feiras e os produtos são trocados por outros, (entre produtores), ou são vendidos a comerciantes ou consumidores. Através da rede de mercados, os bens passam do campo às vilas, destas às cidades interioranas, delas às do litoral, que por sua vez as remetem ao outro lado do mar, fazendo com que saiam do mercado local para o regional, nacional e internacional (WOLF, 1970, p. 30).

As feiras semanais contribuíram para que as cidades evoluíssem. As cidades tornaram-se lugares de comércio para maiores ou menores consumidores. Como observa Weber:

Toda ciudad en el sentido que aquí damos a la palabra es una “localidad de mercado”, es decir, que cuenta como centro económico del asentamiento con um mercado local y en cual, en virtud de una especialización permanente de la producción económica (WEBER, 1964, p. 218).

1.3. A Cidade Maravilhosa e as Feiras Livres

A aproximação da cidade e do campo pela via do consumo local ajuda a criar uma relação de complementariedade e interatividade entre estes espaços, que muitas vezes se

misturam e se integram mesmo no território como na cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro⁸.

O costume veio com os colonizadores e, desde o primeiro século de domínio português, já se registravam embriões do que seriam as feiras de hoje. Em 1771, o Marquês do Lavradio, terceiro vice-rei do Brasil, autorizou a prática. O comércio de alimentos na rua, porém, além de desorganizado, pecava contra a higiene (BENCHIMOL, 1990).

Inspirado em modelos europeus, em 13 de outubro de 1904, o então prefeito do Rio, Pereira Passos, editou o Decreto nº 997 autorizando o funcionamento das feiras nos fins de semana e feriados. Doze anos depois, com os problemas de abastecimento causados pela 1ª Guerra Mundial, outro prefeito, Azevedo Sodré, autorizou e estimulou as feiras também durante a semana. Porém, se refere a “feiras ou mercados livres”, sem explicar a adoção do adjetivo livre, que posteriormente se incorporou em definitivo ao nome (feira-livre) gerando uma denominação intraduzível para outros idiomas. Assim é adotada em todo o Brasil para designar as feiras semanais de caráter intra-urbano (de âmbito praticamente restrito ao bairro), diferentes daquelas tradicionais que reúnem compradores e vendedores oriundos de áreas distantes, muito comum no Nordeste, e que preferimos denominar feiras regionais (MASCARENHAS, 1991).

Merecem ainda destaque as populares quitandas (do quimbundo *kitanda*: mercado), regularmente presentes na cidade brasileira desde o início do período colonial. Constituem aglomerações de negras ao ar livre, acoradas ou dispendo de tabuleiros, situadas em pontos preestabelecidos, para a venda de produtos da pequena lavoura, da pesca e da indústria doméstica. A literatura nos deixa vagas referências a esta modalidade de varejo que, na aparência de um *arremêdo de feira*, represente talvez a principal forma precursora das feiras livres do início do século XX. No final do século XVIII, o Rio de Janeiro contava com o significativo conjunto de 181 barracas de quitandeiras (MASCARENHAS, 1991).

A manutenção de um traçado aparentemente irregular, próprio da colonização lusitana, repleto de ruas estreitas e dotado de poucos espaços amplos, resultou na configuração de uma trama congestionada e ruidosa de pontos de comercialização varejista. Para substituir as tradicionais formas de distribuição varejista de alimentos, a prefeitura do Distrito Federal decidiu pela multiplicação dos mercados cobertos, iniciativa que remonta a aproximadamente 1870, mas somente então ganha efetivo incentivo governamental, incluindo

⁸ Dia 20 de janeiro é o dia que a igreja católica apostólica romana consagrou São Sebastião. Nome dado a cidade do Rio de Janeiro pelo Fundador Estácio de Sá, em virtude da sua invocação a São Sebastião, tornando-se o padroeiro da cidade do Rio de Janeiro (SOUZA, 2000).

a doação de terrenos públicos para sua construção e exploração por empresas privadas. O capital internacional também se utilizou desta prerrogativa. Tais medidas representam não apenas a possibilidade maior de fiscalização pública e controle das atividades varejistas agora confinadas em edifícios dotados de portões como uma fortificação. Significam também mais um passo no sentido de superar o tão criticado aspecto árabe da cidade e remover da paisagem o passado escravista-colonial, pela redução, afastamento ou mesmo dissolução das aglomerações de negras quitandeiras (BENCHIMOL, 1990).

As feiras se destacam por ser espaço de sociabilidade, “uma sociabilidade alternativa”, focada num sistema agroalimentar em oposição ao “projeto dominante” centrado num sistema globalizado”, que se desenvolve marginalmente nos interstícios de territórios “econômicos”, como uma luta criativa contra a “norma” (MASCARENHAS; 2007).

Para Bourdieu (2008), as feiras consistem em um local de relações sociais, um espaço de trocas de saberes e de hábitos culturais, local em que os envolvidos enriquecem o seu capital cultural, através de trocas, aprendizagem e obtenção de novos saberes e experiências vividas pelo outro. O freguês colaborando com o seu saber da cidade para trocar com o feirante, enquanto este oferece um saber rural através do contato com a natureza e dos processos naturais produtivos.

Já para Sato (2012), a principal atividade da feira livre é o comércio varejista dos produtos hortifrutigranjeiros, mas a sua dinâmica vai além; se tornar um espaço de articulação, participação social e intercâmbio de saberes assumindo um importante papel aglutinador de estratégias grupais é uma rede de sociabilidade, como por exemplo, encontro de vizinhos, amigos, familiares e apresenta características culturais expressivas da terra, além de funcionar como centro de lazer, distração e a alimentação.

As feiras convencionais⁹ foram as primeiras a funcionar na cidade do Rio de Janeiro, no qual a grande maioria dos produtos comercializados, em especial, os hortifrutigranjeiros são adquiridos de grandes conglomerados tornando a procedência dos produtos geralmente desconhecida, ainda que sejam produtos de época, tradicionais na cidade, ou que tenham origem municipal e/ou regional. Correspondem a espaços nos quais os produtos invariavelmente são gerados por meio do uso de insumos sintéticos (adubos e agrotóxicos). Neste sentido, (GLIESSMAN, 2001: p.34) afirma que esta tem como objetivos principais a maximização da produção e do lucro. A busca destes objetivos impõe a adoção ao sistema de

⁹ Correspondem a espaços nos quais os produtos invariavelmente são gerados por meio do uso intensivo de insumos sintéticos (fertilizantes e agrotóxicos), com base numa agricultura de caráter convencional (GLIESSMAN, 2001).

“seis práticas básicas - cultivo intensivo do solo, monocultura, irrigação, aplicação de fertilizantes sintéticos, controle químico de pragas e manipulação genética de plantas cultivadas”.

Atualmente a Cidade do Rio de Janeiro possui 159 (cinquenta e nove) feiras convencionais estando distribuídas em todas as regiões, ou seja, a cada dia em algum recanto da cidade ocorre alguma feira, conforme Anexo I.

Cada feira é simbolizada por multiplicidades de atos, gestos, movimentos e dizeres, tecidos pelos atores sociais que frequentam e transitam pelos labirintos que as permeiam (MORAIS, 2006: p. 244-249).

1.4. Os Mercados e as Redes Sociais

A interação social entre produção e consumo e os vínculos entre diversos atores, sociais vêm se destacando e contribuindo para o desenvolvimento rural, através da geração de emprego e renda, fomentando a diversificação das atividades produtivas, manutenção e preservação das culturas locais, cooperando para a “fixação” das famílias no meio rural.

Segundo Polanyi (1966), nas sociedades primitivas e arcaicas, a terra e o trabalho eram reservados de acordo com parentesco, direitos políticos ou tribais e não como uma mercadoria para compra e venda, e que a vida material era bastante escassa, onde pobreza e doença eram fatos comuns, e em momentos de crises, os laços sociais ofereciam o suporte necessário. As organizações políticas, religiosas e familiares coordenavam a produção e distribuição de diversas formas. A troca é um fenômeno social universal necessário para manter a união dos membros de uma sociedade sendo definida como o dar e receber recíproco. Ainda segundo o autor, existem três padrões de troca, denominados padrões de integração: reciprocidade, redistribuição e troca de mercado. A reciprocidade é uma troca de natureza social, no qual difere das trocas comerciais em seus valores, motivos e papéis. As trocas sociais são acordos voluntários com termos vagos e não especificados. A redistribuição é uma troca de natureza política, envolvendo uma autoridade central que recolhe impostos para prover serviços. Os indivíduos não têm liberdade de escolher quanto de imposto vai pagar ou que tipo de serviço vai receber em troca. A autoridade central estabelece as prioridades – usam a receita para manter a instituição, prestar serviços à comunidade e prover o necessário em casos de emergências - todos têm que seguir as normas estabelecidas. Algumas pessoas pagam mais impostos, outras menos, certas pessoas recebem mais serviços, outras menos.

Na economia atual, a troca de mercado é o tipo de transação dominante. Os recursos entram em diversas linhas de produção – inclusive terra e trabalho – e são organizados para a venda nos mercados. A maioria das pessoas depende da venda do que produzem como principal forma de subsistência. As categorias de renda usadas para analisar a nossa economia são escolhidas para indicar qual item ou serviço está sendo vendido para gerar renda: salário, aluguel, juros, lucro. A troca de mercado domina não apenas o modo de transação na disposição final dos produtos, mas também o processo de produção, já que os recursos naturais e o trabalho também são negociados através da compra a preço de mercado, determinado em moeda corrente (DALTON, 1968).

A conectividade foi a primeira medida estrutural de uma dada rede de reciprocidade, redistribuição e troca de mercado, ou seja, a extensão em que as pessoas conhecidas por uma família se conhecem e se encontram umas com as outras, independentemente da própria (BOTT, 1976).

Ao analisar redes interpreta-as através dos diferentes vínculos que unem os agentes sociais, tais como laços fortes e laços fracos. O primeiro enfoca a interação social de pessoas que pertencem a um grupo específico e o segundo refere-se à capacidade dessas pessoas em construir relações com outros agentes que são de redes distintas. Já a força do vínculo é uma combinação linear do tempo, da intensidade emocional, da intimidade (confiança mútua), e dos serviços recíprocos que caracterizam o vínculo. A confiança é um elemento central no que se refere à perpetuação de informações entre os agentes e, presente nas relações informais, estaria permitindo aos atores avaliar um produto e/ou serviço. A decisão é tomada mediante o raciocínio de que os informantes já efetuaram a transação e têm o conhecimento de baixo custo, rápido e detalhado (GRANOVETTER, 1985).

Para SMELSER (1968: p. 157), os agentes sociais não trocam apenas produtos, mas também fornecem bens e serviços e o único princípio de cálculo é a vaga descrição de que, em longo prazo, os bens e serviços dados e recebidos devem se compensar.

Os mercados são definidos como espaços de interação humana que replicam conhecimentos, onde os atores que são os sujeitos da interação, compartilham e partilham informações que vão além das ações de comercialização e compra, nos quais podem servir de subsídios para o desenvolvimento de um produto e/ou serviço com foco na conquista de novos e clientes antigos (STORR, 2008: p. 136).

Os mercados traduzem as relações entre os produtores e consumidores, sendo elementos da dinâmica cultural e social, e não sofrem reduções no ato de funcionamento dos mecanismos de compra e venda. Os elementos culturais, geográficos, históricos, institucionais

e governamentais são desprezados durante a análise sobre a construção social de mercados. Ademais, focando a abordagem nas especificidades do desenvolvimento de mercados pela agricultura familiar¹⁰, requer a compreensão sobre as formas de organizações sociais, como as relações de compadrio, vizinhança e amizade (SONINNO, 2007).

O enraizamento das trocas está alicerçado na reciprocidade, ou seja, as prestações e relações econômicas dependem de estruturas de reciprocidade mais ou menos instituídas que, quando são equilibradas ou simétricas, dão origem à produção de valores materiais de uso ou de serviços, bem como valores humanos afetivos e éticos (SABOURIN, 2009: p. 57). As trocas são essenciais para a subsistência das famílias, além de fortalecerem laços e vínculos sociais (RIBEIRO; GALIZONI, 2007). Podem estar fundamentados, ainda, em relações de longo alcance que implicam aceitação e confiança (POLANYI, 1980).

As relações de parentesco, amizade e/ou vizinhança distinguem cada mercado, pois derivam de relações complexas e típicas de grupos sociais dinâmicos, tradicionais e heterogêneos, nos quais cada coletividade detém suas próprias interações, e que o quantitativo de interações dependerá dos recursos disponíveis na comunidade para o sustento dos seus membros (MENDRAS, 1978). Para Barnes (1987), o conjunto dessas relações é típico dos mercados em redes, pois, segundo a definição de redes, existe a ligação entre pessoas por meio das relações sociais, resultando em uma malha emaranhada, cujos pontos são representados por indivíduos e pelas linhas – e a união dá-se através da ligação e interação entre os indivíduos.

A sociabilidade presente na comunidade e nos mercados estão intimamente relacionados, pois, ao mesmo tempo em que os mercados pode ser desenvolvidos no interior de uma comunidade, as relações de sociabilidade presentes entre esses atores podem resultar na criação de oportunidades de comercialização (STORR, 2008).

Segundo estudos de Wolf (1970) e Granovetter (1985), o prolongamento de um determinado mercado é a resultante das relações sociais, como por exemplo, os produtos agropecuários podem tornar-se conhecidos através da ligação e interação realizadas, em um determinado momento através de um ator social “consumidor”, no qual esse ator, mediante um conjunto de relações sociais, seja de compadrio, amizade e/ou vizinhança replica o conhecimento desses produtos, além de “sinalizar” o acesso e as modalidades de aquisição em mercados específicos. Já segundo WILKINSON (2002, p. 814), que teoriza e define que esse

¹⁰ A agricultura familiar é um conceito genérico, que inclui uma diversidade de situações específicas e particulares e que diz respeito aos objetivos da atividade econômica, as experiências de sociabilidade e à forma de sua inserção na sociedade global” (WANDERLEY, 2000).

é fundamentalmente um mercado de proximidade, visto relacionar proximidade e interação social entre consumidores com canais de comercialização.

Para WOLF (1970, p. 65) as relações dos produtores com os consumidores adquirem uma característica particular, que é o desconhecimento ou incerteza da repetição da comercialização, pois qualquer um destes agentes pode “quebrar” o elo dessa interação, como por exemplo, “um homem pode oferecer porcos a B para venda numa semana, mas a D, F ou Z por várias semanas”, ou seja, uma determinada rede social possui a sua dinamicidade podendo sofrer modificações na formatação, organização e no quantitativo de integrantes que estão num constante entrelace. Inseridas dentro deste contexto, a Feira Cultural e Orgânica da Glória é baseada na confiança, na articulação entre produtor e consumidor através de rede e do controle social, contribuindo para aprimorar a qualidade da produção orgânica, fortalecendo as relações, seja somente no campo ou entre o campo e a cidade, propiciando a troca de conhecimentos entre os produtores e também entre os produtores e os consumidores na cidade do Rio de Janeiro.

CAPÍTULO II - O CIRCUITO CARIOCA DE FEIRAS ORGÂNICAS E A AVALIAÇÃO DA CONFORMIDADE ORGÂNICA

Não poderíamos entender e compreender a Feira Cultural e Orgânica sem antes adentrar e abordar os mais variados aspectos e significações inerentes ao CCFO. Sob esse ângulo de análise, iniciamos o capítulo apresentando o que a leitura convencionou chamar de circuito curto de comercialização ou de proximidade. Em seguida apresentamos o histórico, a localização e a gestão do CCFO. E finalizando a seção, expomos o SISORG no estado do Rio de Janeiro.

2.1. Circuito Curto de Comercialização

A literatura possui um vasto arcabouço teórico acerca da participação da agricultura familiar e/ou da agricultura em pequena escala em CCC, principalmente sobre as vantagens da participação em circuitos curtos e pequenos mercados (LEADER, 2000; MALUF, 2004; SPECHT, RÜCKERT, 2008).

Os CC buscam a diminuição do número de intermediários entre produtores e consumidores, valorizando os ativos territoriais e locais que se estabelecem entre o produtor e o consumidor, buscando manter as características intransferíveis da produção local

(LEADER, 2000). Não por acaso, a definição de CC tem a ver também com a abrangência das redes sociais que ele busca articular, o que faz com que a capacidade de escoamento através desses canais se torne mais difícil quando se torna necessário buscar aumentos de escala, principalmente para aqueles produtos onde há menor valor agregado.

Os CCC podem ser caracterizados de (02) duas formas: a primeira forma consiste na venda direta no qual há a relação direta entre produtores e consumidores. Já a segunda forma é venda indireta, ou seja, existe a figura do intermediário¹¹ entre o produtor e consumidor final. Os produtores de bases agroecológicas apresentam resultados satisfatórios no que tange a comercialização, nos quais têm utilizado de (02) dois a (03) três canais de venda: as feiras livres, entrega em domicílio de cestas, além das compras governamentais, todavia exista uma diversidade de alternativas (DAROLT, 2012).

A Figura 2 mostra como estão distribuídas e quais são as diversas modalidades de venda direta e indireta de produtos de base agroecológica em circuitos curtos de comercialização no Brasil.

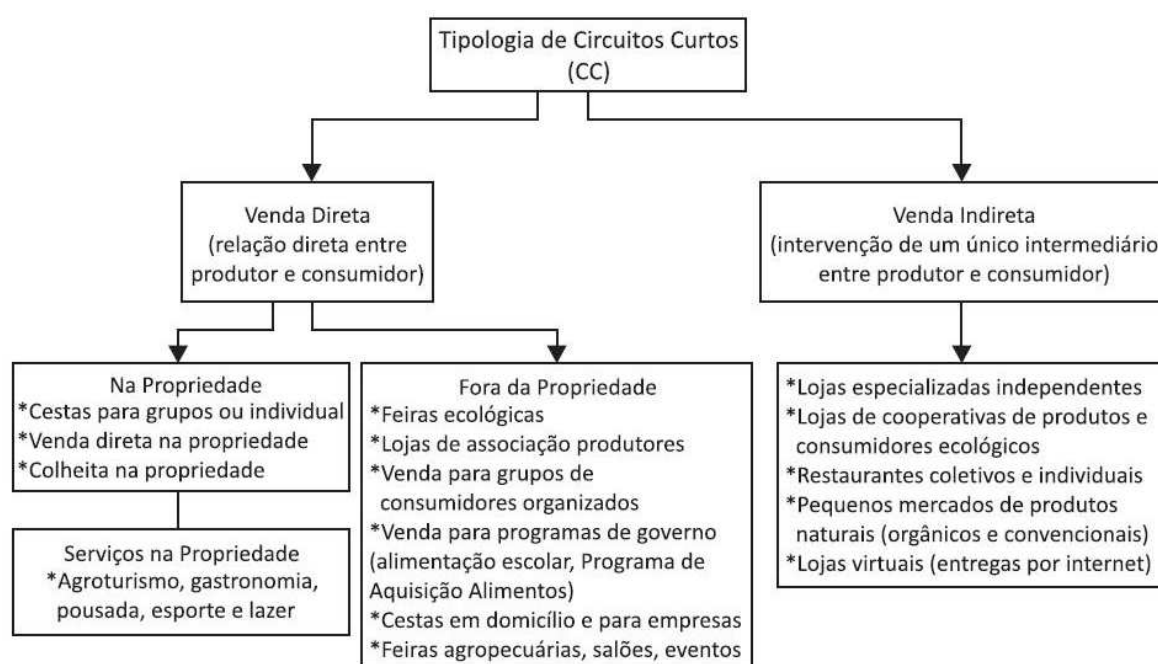


Figura 02: Tipologia de Circuitos Curtos de Comercialização no Brasil.

Fonte: Darolt (2012, p. 162).

¹¹ É um agente de comercialização entre o consumidor e o produtor, que pode ser outro produtor, uma cooperativa, uma associação, uma loja especializada, um restaurante, um supermercado, um sacolão ou até um pequeno mercado local.

Como vemos na Figura 2, a venda direta além de proporcionar uma relação direta entre produtor e consumidor através da comercialização¹² de produtos agropecuários, possui um “cardápio” de opções de serviços, como agroturismo, gastronomia, pousada, esporte e lazer, reforçando e conferindo uma noção de autonomia com um maior peso e participação de consumidores e produtores na definição dos modos de produção, troca e consumo, podendo potencializar a agricultura de base agroecológica, além de aproximar, reconectar e recriar o elo entre agricultores e consumidores, e campo e a cidade. Do outro lado a venda indireta, ofertando exclusivamente produtos agropecuários e da floresta.

O aprendizado proporcionado pelos sistemas alternativos de comercialização de produtos agroecológicos, considerando os benefícios sociais e ambientais trazidos por essas práticas agrícolas e culinárias, enquanto expressões democráticas envolvendo pessoas e instituições constituem fonte de empoderamento, tornando-os cidadãos conscientes de sua alimentação ou consumidores cidadãos (WILKINS, 2005; LEVKOE, 2006).

O Circuito Carioca de Feiras Orgânicas (CCFO) enquadra-se no que a ciência convencionou-se chamar de circuitos curtos de comercialização, cujo cerne é a venda direta de produtos orgânicos *in natura* e/ou processados, no qual os produtores ou grupos de comercialização entregam “nas mãos” dos consumidores as mercadorias desejadas.

2.2. O Circuito Carioca de Feiras Orgânicas

A feira livre é lugar público onde se realiza comércio de troca e/ou venda de mercadorias de variadas origens e tipologias, consistindo em uma estratégia variada de sobrevivência de diversos setores sócio-econômicos.

No decorrer da história e principalmente durante o processo de industrialização brasileiro, que ocorreu no território de forma diversa e desigual, as feiras vão ter diferentes

¹² No Brasil o termo circuito curto ainda é pouco explorado, já é desenvolvido na Europa, e apontado como a forma mais vantajosa de comercialização para os pequenos e médios produtores (BAVA, 2011). Na França, o termo CC é utilizado para caracterizar os circuitos de distribuição que mobilizam até, no máximo, um intermediário entre produtor e consumidor (CHAFFOTE; CHIFFOLEAU, 2007). Dois casos de CC podem ser distinguidos: a venda direta (quando o produtor entrega diretamente a mercadoria ao consumidor) e a venda indireta via um único intermediário (que pode ser outro produtor, uma cooperativa, uma associação, uma loja especializada, um restaurante ou até um pequeno mercado local). Trata-se de uma definição útil institucionalmente, mas discutível na medida em que um supermercado também poderia comprar diretamente de um produtor, sem oferecer uma comercialização justa. É por isso que outras denominações, como circuitos de proximidade (AUBRI; CHIFFOLEAU, 2009) ou circuitos locais (MARECHAL, 2008), têm sido utilizadas, reforçando a noção de proximidade geográfica e aludindo ao aspecto social/relacional presente na ligação entre consumidor e produtor, nos processos de desenvolvimento local e na territorialização da alimentação. Alguns autores preferem utilizar ainda o termo circuitos alternativos (DEVERRE; LAMINE, 2010), numa perspectiva de questionar o modelo convencional, propor novos princípios de troca e relações mais justas entre produtores e consumidores.

significados conforme sua localização. Podemos verificar a existência das feiras livres nas grandes cidades.

A feira livre consiste em modalidade periódica de comércio varejista amplamente dispersa pela cidade do Rio de Janeiro, desempenhando importante papel no abastecimento urbano, sobretudo no setor alimentar (Mascarenhas, 1999, p. 95).

Com a atual diminuição da vida pública nas cidades, as feiras parecem andar na contramão deste processo, proporcionando o encontro e o estabelecimento de novas relações e um valioso intercâmbio cultural (MIRANDA, 2013).

Inúmeros estudos concluíram que as feiras não se restringem apenas como “centros” comerciais das cidades, mas também como palco de atividades culturais, sociais e até mesmo políticas, e que as feiras nas cidades não se constituem apenas em fenômenos regionais ou mesmo nacional levando a interação de locais que se tornam referência cultural, resultando em atividades consistentes para espaços públicos, como ruas, praças entre outros, transformando-os em “locais de pessoas”, atraindo vitalidade nos centros das cidades e vizinhanças, fatos ocorridos em feiras iranianas e Portobelo Road (Inglaterra) e San Giovanni (Itália) NEJAD (2005); (SPITZER e BAUM: 1995, p. 01).

Como exemplo brasileiro, temos o CCFO. Publicado em 25 de janeiro de 2012, o Decreto nº 35.064, criou o CCFO. Já em 09 de maio de 2012, foi sancionada a Resolução Conjunta nº 001 da Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário e da Secretaria Especial de Ordem Pública, ambas da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro que regulamentou o referido decreto, conforme Anexo II.

A criação e a regulamentação do CCFO surgiu da necessidade de normalizar o exercício e funcionamento das feiras orgânicas em locais públicos, da necessidade de atender a demanda da população por alimentos saudáveis e particularmente da necessidade de escoar a produção de alimentos orgânicos produzidos no estado do Rio de Janeiro e ofertados no município do Rio de Janeiro. O CCFO tornou-se um canal de comercialização para o abastecimento suplementar de frutas, legumes e verduras, entre outros produtos por agricultores familiares e pequenos produtores da região metropolitana¹³ e do interior do estado do Rio de Janeiro (SCOFANO, 2014).

¹³ Abrange 16 municípios – Belford Roxo, Duque de Caxias, Guapimirim, Itaguaí, Japeri, Magé, Mesquita, Nilópolis, Niterói, Nova Iguaçu, Paracambi, Queimados, São Gonçalo, São João do Meriti e Seropédica (BARRETO, 2006).

As feiras do CCFO têm por objetivos criar canais de venda direta viabilizando a produção orgânica¹⁴ no estado do Rio de Janeiro, possibilitando aumentar a produção, fomentar o desenvolvimento rural sustentável e facilitar o acesso da população da cidade do Rio de Janeiro a produtos orgânicos. Pesquisas realizadas por FONSECA (2009) no Rio de Janeiro mostraram que a venda de produtos orgânicos para supermercados não estava sendo alternativa viável para pequenos produtores orgânicos. A implantação do CCFO foi uma oportunidade de venda direta para resolução de gargalos ao crescimento da comercialização de produtos orgânicos.

Para além de um local para fazer comércio, as feiras do CCFO são pontos de encontro, de diálogos, que adquirem diversas configurações dependendo do território no qual a feira está inserida. A Figura 3 apresenta a identidade visual das barracas e a logomarca do CCFO.



Figura 3: Identidade visual e a logomarca do CCFO.

Fonte: Pesquisa realizada pelo autor, 2016.

2.3. A Localização e a Gestão das Feiras Orgânicas do Circuito Carioca

As feiras do CCFO possuem periodicidade e localizações fixas dispersas pela cidade desempenhando importante papel no abastecimento urbano. A gestão do CCFO é de competência da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro. É um conjunto de (18) dezoito feiras

¹⁴ Segundo a legislação brasileira, a produção orgânica é toda produção que adota técnica específica, 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).

dispersas nas regiões norte, sul e oeste da cidade. A Figura 4 apresenta o mapa de localização das feiras inseridas no CCFO.

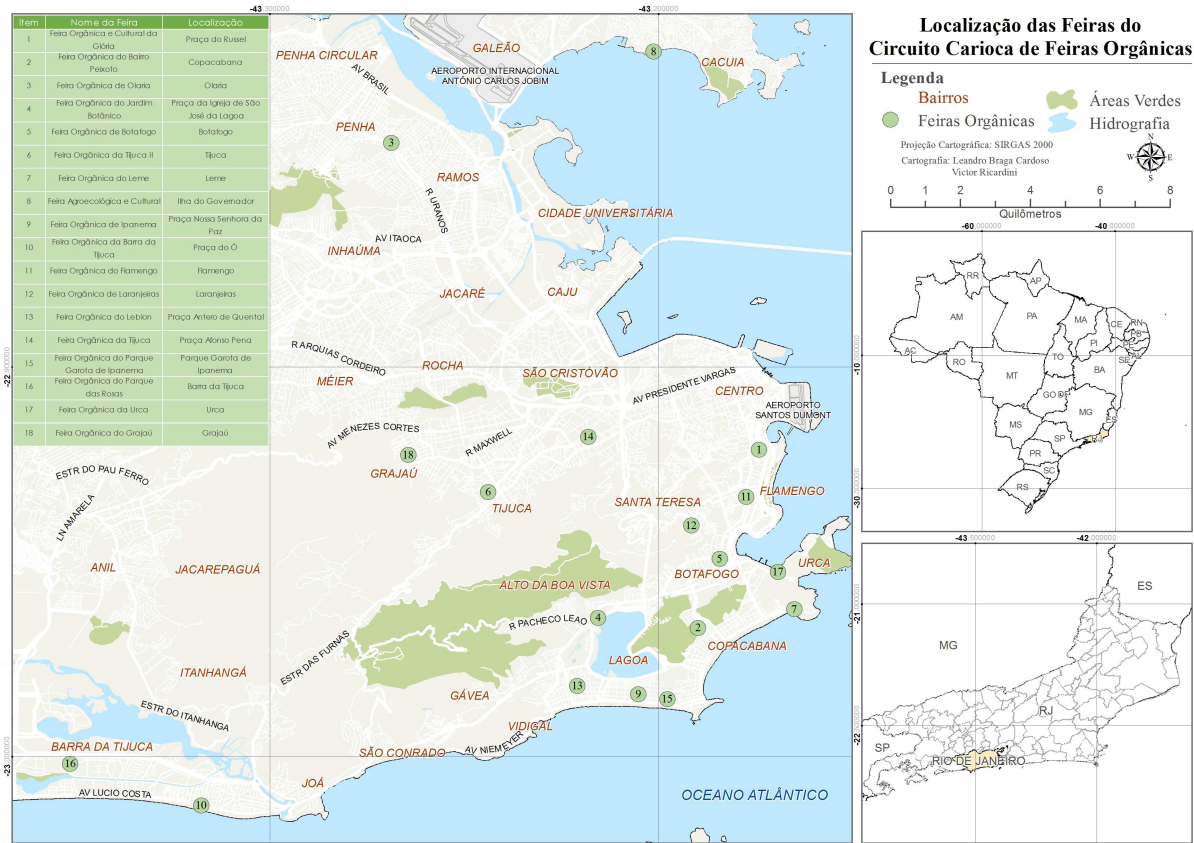


Figura 4: Mapa de localização das Feiras inseridas no CCFO.
Fonte: Elaborado pelo autor com dados do Google Earth, 2016.

Analisando a figura acima, observar-se que 61% das feiras concentram-se na zona sul, 22% na zona norte e 17% na zona oeste. Vale ressaltar, que a zona sul carioca é tida como a região que possui o maior poder aquisitivo.

Segundo Brandenburg (2003), a renda elevada é muitas das vezes relacionada ao grau de escolaridade maior, nos quais esses atores seriam mais propícios a se engajar em práticas de consumo de produtos orgânicos e/ou social e ambientalmente “corretos”, normalmente mais caros. Já Portilho (2005), em referência ao famoso trabalho de Ronald Inglehart, aponta a teoria do pós-materialismo como uma das explicações mais utilizadas para a crescente relação entre consumo e meio ambiente. Esta abordagem teórica defende que o grande crescimento econômico no contexto do pós-guerra levou pessoas de maior poder aquisitivo a resolver suas necessidades materiais básicas e, posteriormente, a se engajar em hábitos e valores pós materialistas, tais como a busca por qualidade de vida, saúde, bem estar, direitos humanos e meio ambiente.

No Quadro 1 o nome de cada feira inserida no CCFO, com os respectivos dias de realização.

Quadro 1: Nome e dias de realização das feiras do CCFO.

Item	Nome da Feira	Dia de Realização
01	Feira Orgânica e Cultural da Glória	Sábados
02	Feira Orgânica do Bairro Peixoto	
03	Feira Orgânica de Olaria	
04	Feira Orgânica do Jardim Botânico	
05	Feira Orgânica de Botafogo	
06	Feira Orgânica da Tijuca II	
07	Feira Orgânica do Leme	
08	Feira Agroecológica e Cultural	
09	Feira Orgânica de Ipanema	Terças-feiras
10	Feira Orgânica da Barra da Tijuca	
11	Feira Orgânica do Flamengo	
12	Feira Orgânica de Laranjeiras	
13	Feira Orgânica do Leblon	Quintas-feiras
14	Feira Orgânica da Tijuca	
15	Feira Orgânica do Parque Garota de Ipanema	
16	Feira Orgânica do Parque das Rosas	
17	Feira Orgânica da Urca	
18	Feira Orgânica do Grajaú	

Fonte: Autor, 2017.

Quanto aos dias de realização, 41% das feiras funcionam aos sábados, 35% as quintas-feiras e 24 % as terças-feiras.

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. A seguir, apresentamos as organizações gestoras por feira.

Segundo Ferreira (2013), a organização gestora e as feiras são dois produtos do mesmo trabalho político de um conjunto de pessoas empenhadas em dinamizar o mercado de orgânicos no estado do Rio de Janeiro.

O Quadro 2 é uma síntese do nome, data de inauguração e a organização gestora das feiras inseridas no CCFO.

Quadro 2: Nome das feiras do CCFO com as respectivas datas de inauguração e a organização gestora responsável.

Nome da Feira	Data de Inauguração	Organização Gestora
Feira Orgânica e Cultural da Glória	Outubro/1994	ABIO
Feira Orgânica do Bairro Peixoto	Maio/2010	
Feira Orgânica de Olaria	Maio/2014	
Feira Orgânica do Jardim Botânico	Setembro/2010	
Feira Orgânica de Ipanema	Junho/2015	
Feira Orgânica da Barra da Tijuca	Dezembro/2015	
Feira Orgânica do Leblon	Setembro/2010	
Feira Orgânica do Parque Garota de Ipanema	Outubro/2015	
Feira Orgânica do Parque das Rosas	Outubro/2015	
Feira Orgânica de Botafogo	Janeiro/2015	ONG Essência Vital
Feira Orgânica da Tijuca II	Janeiro/2015	
Feira Orgânica do Leme	Maio/2016	
Feira Orgânica do Flamengo	Dezembro/2013	
Feira Orgânica de Laranjeiras	Dezembro/2013	
Feira Orgânica da Tijuca	Novembro/2011	
Feira Orgânica da Urca	Outubro/2014	
Feira Orgânica do Grajaú	Fevereiro/2016	
Feira Agroecológica e Cultural	Novembro/2015	AULA

Fonte: Autor, 2017.

As feiras do CCFO possuem periodicidades e localizações fixas dispersas pela cidade desempenhando importante papel no abastecimento urbano, sobretudo com produtos *in natura* de origem vegetal, como frutas, legumes e verduras. Encontra-se frequentemente produtos processados, como pães, bolos, tapiocas, doces, azeites, vinagres, entre outros.

Todos os partícipes do CCFO devem assegurar a garantia da qualidade orgânica através de algum mecanismo de avaliação da conformidade orgânica previsto na legislação brasileira, de acordo com o Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007, que regulamenta a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, no qual dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências.

2.4. O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica

A avaliação da conformidade é um processo sistematizado, com regras pré-estabelecidas, devidamente acompanhado e avaliado de forma a propiciar adequado grau de confiança, garantindo que um produto, processo, serviço ou profissional atende os requisitos mínimos estabelecidos por normas ou regulamentos, com o menor custo possível para a sociedade” (INMETRO, 2007).

A avaliação da conformidade pode ser realizada por (03) três modalidades:

- a) De primeira parte: quando é feita por um agente, seja ele, fabricante ou pelo fornecedor;
- b) De segunda parte: o cliente ou parte interessada tem, ou pretende ter, um contrato com a organização que está sofrendo avaliação da conformidade, ou seja, feita pelo comprador/cliente. Atividade de avaliação da conformidade realizada por uma pessoa ou uma organização que tem interesse de usuário do objeto;
- c) De terceira parte: é feita por uma organização ou equivalente independente em relação ao fornecedor e ao cliente.

No Brasil, a legislação para agricultura orgânica tem caráter compulsório e o controle da garantia da qualidade orgânica pode ser assegurado através de três mecanismos: certificação por auditoria, sistema participativo de garantia e/ou controle social na venda direta sem certificação.

O SISORG é integrado por órgãos e entidades da administração pública federal e pelos organismos de avaliação da conformidade (OAC) credenciados pelo MAPA (BRASIL, 2007).

Os mecanismos de controle para a garantia da qualidade orgânica no âmbito do SISORG é composto pela certificação por auditoria (individual ou em grupo de produtores) e por meio dos SPG da qualidade orgânica.

A Figura 5 apresenta de identificação do SISORG que é utilizado em todo o território nacional, assim como a identificação do sistema de avaliação de conformidade orgânica que o produtor ou a empresa optou.



Figura 05: Selo de Identificação do SISORG.

Fonte: BRASIL, 2009.

Para que possam comercializar diretamente ao consumidor, sem certificação, os agricultores familiares deverão estar vinculados a uma organização com controle social (OCS)

cadastrada no MAPA ou em outro órgão fiscalizador federal, estadual ou distrital conveniado.

Certificação por Auditoria

No âmbito do SISORG e como um procedimento de terceira parte, a certificação, assegura, a garantia de que um determinado produto orgânico que foi produzido e/ou processado está de acordo com a legislação vigente. É um instrumento, geralmente apresentado sob a forma de um selo afixado ou impresso no rótulo ou na embalagem do produto, ou através da disponibilidade ao consumidor do certificado de conformidade orgânica. O OAC é responsável para proceder com o processo de auditoria de terceira parte devendo ser acreditados pelo INMETRO e credenciados pelo MAPA para atuar no processo de avaliação da conformidade da produção orgânica.

O profissional partícipe deste processo é tido como inspetor, cuja conduta deverá ser imparcial e objetiva, focada na verificação de documentos e visitas *in loco*, tendo como alicerce os requisitos legais para a produção orgânica vigente e deverá ser vinculado a um organismo independente.

O papel do OAC é identificar o que está conforme, ou seja, está atendendo a determinado requisito, ou não conformidade, caso não esteja atendendo requisito específico, de acordo com o escopo de auditoria e o escopo de credenciamento¹⁵.

Vale ressaltar, que todos os OAC podem atuar em território nacional. Apresentamos no Quadro 3, o OAC com atuação no estado do Rio de Janeiro com os respectivos quantitativos de produtores certificados e o escopo de credenciamento da OAC junto ao MAPA baseado no CNPO (atualizado em 31.03.2017).

Quadro 3: OAC com os respectivos quantitativos de produtores certificados e o escopo de credenciamento.

OAC	Quantitativo de Produtores Certificados	Escopo de Credenciamento
ECOCERT Certificadora LTDA	07	PPV, PPA, PPOV, PPOA, EXT e PPT

¹⁵ Segundo o Art. 8º da Instrução Normativa Nº 19, de 28 de maio de 2009, MAPA, O OAC, deverá definir o escopo em que vai atuar: Produção primária animal (PPA); Produção primária vegetal (PPV); Extrativismo sustentável orgânico (EXT); Processamento de produtos de origem vegetal (PPOV); Processamento de produtos de origem animal (PPOA); Processamento de insumos agrícolas (PIA); Processamento de insumos pecuários (PIP); Processamento de fitoterápicos (PI); Processamento de cosméticos (PC); Processamento de produtos têxteis (PPT); Comercialização, transporte e armazenagem e Restaurantes, lanchonetes e similares (RLS).

IBD Certificações LTDA	18	PPV, PPA, PPOV, PPOA, EXT, PPT e PIA (sementes e mudas)
Instituto Nacional de Tecnologia	09	PPV, PPA, PPOV, PPOA e EXT
Total	34	-

Fonte: Autor, 2017.

Analisando o Quadro 3, o estado do Rio de Janeiro possui 34 (trinta e quatro) produtores certificados por auditoria de terceira parte. 100% dos OAC com atuação no estado do Rio de Janeiro estão credenciados para atuar nos escopos PPV, PPA, PPOV, PPOA e EXT. O IBD Certificações LTDA realiza atividades em 53% dos produtores certificados, seguido pelo Instituto Nacional de Tecnologia (INT) e pela ECOCERT Certificadora LTDA, respectivamente com 26% e 21%.

O INT é o único OAC público com atuação no estado do Rio de Janeiro. Apresentamos abaixo, o Quadro 4 com o OAC por município presente no estado do Rio de Janeiro com os respectivos quantitativo de produtores certificados baseado no CNPO (atualizado em 31.03.2017).

Quadro 04: Caracterização da certificação/auditoria baseada nos OAC por município, os respectivos quantitativos de produtores e o escopo de certificação, ambos localizados no estado do Rio de Janeiro.

Item	OAC	Localização dos Produtores	Quantitativo de Produtores	Escopo de Certificação
01	ECOCERT Brasil Certificadora	Barra do Pirai	01	PPV, PPA e PPOV
		Niterói	01	PPOV
		Nova Friburgo	03	PPV
		Rio de Janeiro	01	PPOV
		Valença	01	PPOA
02	IBD Certificações LTDA	Cachoeiras de Macacu	01	PPV
		Petrópolis	06	PPV, PPA e PPOV
		Resende	01	PPOV e EXT
		Rio de Janeiro	06	PPV, PPA e PPOV
		Santo Antônio de Pádua	01	PPV
		Silva Jardim	01	PPV
		Teresópolis	01	PPV
		Vassouras	01	PPV
03	INT	Cachoeiras de Macacu	02	PPV e PPOV
		Carmo	01	PPV e PPOV
		Nova Friburgo	02	PPV, PPA e PPOV
		Petrópolis	03	PPV

	Rio de Janeiro	01	PPV
Total	-	35	-

Fonte: Autor, 2017.

Analisando o quadro anterior, das (03) três certificadoras com atuação no estado do Rio de Janeiro é a ECOCERT Brasil Certificadora, IBD Certificações LTDA e o Instituto Nacional de Tecnologia. O Rio de Janeiro é o único município que possui produtores certificados pelas três certificadoras. O IBD Certificações LTDA é o OAC presente no maior quantitativo de municípios totalizando 08 (oito) e possui o maior contingente de produtores certificados com 18 (dezoito). O escopo de PPV está presente em 09 (nove) municípios, predominantemente localizados na região serrana (Nova Friburgo, Petrópolis e Teresópolis), local de maior produção orgânica de hortícolas do estado do Rio de Janeiro.

Para Santos (2003a), os sistemas de certificação de terceira parte apresentam os seguintes problemas no contexto da produção familiar brasileira:

- Extensa e complexa documentação;
- Dificuldade de adaptação às diferentes situações e perfis da agricultura familiar;
- Sobrevalorização dos inspetores em detrimento dos produtores e suas redes;
- Elevados custos, que por sua vez encarecem os produtos e consequentemente os restringe aos consumidores mais economicamente favorecidos;
- Maior ênfase nos produtos e insumos do que nos processos de produção, levando a uma visão parcial da propriedade, na qual a sua dimensão ecológica total não é adequadamente considerada;
- Modelos centralizados, com baixo dinamismo e reduzida adaptação a diferentes contextos socioeconômicos e culturais;
- Ênfase nos aspectos técnicos e ambientais da produção em detrimento das dimensões social e ética;
- Desconfiança, menor controle social e possibilidade de fraudes, já que a presença eventual do inspetor não garante a conformidade da produção;
- Orientação para o mercado *mainstream*, com o foco em preços diferenciados e acesso a mercado, sem um maior enraizamento em grupos sociais e nos contextos locais.

Controle Social na Venda Direta sem Certificação

A garantia da qualidade orgânica pelo OCS é permitido no caso da comercialização direta aos consumidores, por parte dos agricultores familiares, inseridos em processos próprios de organização e controle social, são associação, cooperativa, etc. previamente cadastrados junto ao MAPA, órgão fiscalizador que deverá emitir um documento chamado Declaração de Cadastro que é exclusiva para cada agricultor (a) familiar vinculado a OCS. O consumidor deverá ter acesso facilitado no momento da venda e ao estabelecimento rural.

O cumprimento de regulamentos técnicos dá-se através de controle interno realizado através de visita, ou seja, é um processo pelo qual os membros de uma estrutura organizacional, ou técnicos por eles contratados realizam visita prévia e exercem controle social.

Os produtos não podem usar o selo do SISORG, entretanto, o produtor/feirante poderá divulgar a qualidade orgânica em faixa, placa nos locais de comercialização ou dizeres nos rótulos os termos: “Produto orgânico para venda direta por agricultores familiares organizados, não sujeito à certificação, de acordo com a Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003”.

Além da comercialização via venda direta, os produtos oriundos das OCS poderão ser adquiridos por programas governamentais, como por exemplo, os Programas de Alimentação Escolar (PNAE) e de Aquisição de Alimentos¹⁶ (PAA). Os mercados institucionais trazem a possibilidade de uma venda constante, com preço fixo e sem envolver intermediário, visto que é a própria OCS (cooperativa ou associação) que efetua as entregas direto aos atores beneficiados.

Os mercados institucionais (escolas, hospitais, asilos, orfanatos, etc.) mostram-se como alternativa para a agricultura em pequena escala e a promoção da soberania alimentar, contribuindo com o desenvolvimento rural.

Apresentamos no Quadro 5, as OCS com atuação no estado do Rio de Janeiro com os respectivos quantitativos de produtores e o escopo de registro junto ao MAPA baseado no CNPO (atualizado em 31.03.2017).

Quadro 05: Caracterização das OCS localizadas no estado do Rio de Janeiro, com os respectivos quantitativos de produtores e o escopo de registro.

¹⁶ Programa de Aquisição de Alimentos foi instituído dentro do Programa Fome Zero, Lei Federal nº 10.696, de 2 de julho de 2003, regulamentado pelo Decreto nº 4.772 de 2 de julho de 2003, alterado pelo Decreto nº 5.783, de 15 de agosto de 2006) e do Programa Nacional de Alimentação Escolar, Lei Federal nº 11.947 de junho de 2009, no qual determina que no mínimo 30% das verbas sejam destinadas à aquisição de alimentos da merenda escolar oriundos da agricultura familiar.

Item	OCS	Quantitativo de Produtores	Escopo de Registro
01	Agricultores Agroecológicos de Aperibé	06	*
02	Agricultores Agroecológicos de Bom Jesus do Itabapoana	07	PPV
03	Agricultores Agroecológicos de Cambuci	09	*
04	Agricultores Agroecológicos de Itaocara	03	PPV
05	Agricultores Agroecológicos de Itaperuna	09	*
06	Agricultores Agroecológicos de Laje do Muriaé	05	PPV e PPA
07	Agricultores Agroecológicos de Miracema	06	*
08	Agricultores Agroecológicos de Natividade	08	PPV
09	Agricultores Agroecológicos Santo Antônio de Pádua	06	*
10	Agricultores Agroecológicos de São José de Ubá	06	*
11	Agricultores Agroecológicos Varre-Sai	08	PPV
12	Agricultores Agroecológicos Porciúncula	09	PPV e PPA
13	Associação dos Produtores Orgânicos de Paraty	11	PPV e PPOV
14	Cooperativa de Agricultura Familiar de Produtos Orgânicos (Nova Iguaçu)	07	PPV
Total		110	-

Fonte: Autor, 2017.

* Ausência de informações em virtude da OCS não ter repassado ao MAPA.

Analisando o Quadro 05, atualmente o estado do Rio de Janeiro possui 110 (cento e dez) produtores inseridos no controle social na venda direta sem certificação. O município que possui o maior quantitativo de produtores é Paraty. Já o escopo de maior abrangência é a PPV presente em todos os municípios que tiveram êxito ao efetuar o cadastramento junto ao MAPA.

Certificação Participativa

A idéia da certificação participativa começou a ser discutida em 1994, na região Sul do Brasil, quando um grupo de ONG e organizações de produtores reagiram a uma proposta de legislação, por parte do Ministério da Agricultura, para a produção, comercialização e certificação dos produtos orgânicos (SANTOS, 2003). Esses atores questionaram a falta de convergência dessa proposta de lei com os princípios da agroecologia. A discussão em nível nacional criou duas correntes: os seguidores do modelo da IFOAM, caracterizado pela auditoria de terceira parte, onde inspetores externos, “desconectados do ambiente de produção e supostamente neutros” atestariam a qualidade dos produtos orgânicos e, do outro lado, a corrente que veio a constituir a Rede Ecovida, defendendo um sistema de geração de credibilidade mais solidário para produtos orgânicos e agroecológicos, de forma participativa e sem a atuação de inspetores externos (MASCARENHAS, 2007).

Essas dificuldades estimularam, no Sul do Brasil, iniciativas voltadas para sistemas de garantia alternativos, mais adequados à situação dos pequenos produtores, como o sistema de Certificação Participativa da Rede Ecovida no ano de 1998. Nesse sistema, participam do processo de certificação e auditorias os próprios grupos de produtores, outros grupos, organizações da sociedade civil e os consumidores. O sistema da Rede Ecovida possui características diferenciais que vêm, nos últimos anos, influenciando outros sistemas e ensejando uma maior discussão sobre o aspecto invasivo e menos democrático dos sistemas de garantia de terceira parte (MASCARENHAS, 2007).

O SPG consiste em um conjunto de atividades desenvolvidas em determinada estrutura organizativa regida por princípios, normas de organização e de funcionamento, visando assegurar a garantia de que um produto (termo que inclui produto, processo ou serviço) atende a regulamentos técnicos da agricultura orgânica e que foi submetido a uma avaliação participativa da conformidade (FONSECA, 2007).

Segundo Fonseca (2007), o SPG possui como elementos chaves básicos:

- Visão compartilhada de produtores e consumidores: Varia no nível da participação, mas tem em comum a ativa preocupação com o por quê, como e quem está sendo beneficiado.
- Participativo: Pressupõe um intenso envolvimento dos interessados diretamente na produção e no consumo destes produtos. A credibilidade da qualidade na produção é uma consequência da participação e das relações sociais estabelecidas.
- Transparência: Todos os atores das redes devem estar cientes de como o mecanismo de garantia geralmente funciona, o processo e como as decisões são tomadas.
- Confiança: É a capacidade de uma determinada comunidade de demonstrar a confiança por meio da aplicação dos seus diferentes mecanismos de controle social e cultural.

- Processo de aprendizagem: A construção do conhecimento é para todos os atores envolvidos na produção e no consumo destes produtos.
- Horizontalidade: A verificação da qualidade dos produtos e dos processos não está concentrada na mão de poucos, nos quais todos os envolvidos no processo do SPG têm o mesmo nível de responsabilidade e capacidade para estabelecer a qualidade de um produto ou processo.

Ainda segundo Fonseca (2007), as características fundamentais dos SPG são:

- a) Normas concebidas pelos atores envolvidos no processo;
- b) Organização de base;
- c) É apropriada à pequena agricultura;
- d) Princípios e valores que melhoram o meio de vida e o bem-estar das famílias e promovem a agricultura orgânica;
- e) Sistemas de gerenciamento e procedimentos documentados;
- f) Mecanismos para verificar o cumprimento das normas pelos produtores;
- g) Mecanismos para apoiar os produtores;
- h) Contrato firmado pelos produtores;
- i) Selos ou rótulos;
- j) Sanções para os produtores que não cumprem com os compromissos.

Um SPG possui (02) dois componentes: os Membros do Sistema e o Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC), nos quais os membros do sistema são pessoas físicas e/ou jurídicas que fazem parte de um grupo, classificados em duas categorias: fornecedores e colaboradores. Os fornecedores poderão ser os produtores primários, processadores, distribuidores e comerciantes. Já os colaboradores poderão ser os seguintes atores: consumidores e suas organizações, técnicos, ONG, organizações de representação de classe, entre outros.

No Quadro 6, apresentamos os membros do sistema com as relativas funções dos fornecedores e colaboradores.

Quadro 6: Membro do SPG com as respectivas funções.

Membro do Sistema	Funções
	Solicitar a avaliação da conformidade de seus produtos para saber se estão de acordo com as normas de produção dos produtos orgânicos; Fornecer todas as informações necessárias com os detalhes e a frequência pedidos pelo SPG e exigidos pelo OPAC;

Fornecedores	Contribuir para a geração da credibilidade dos produtos por meio de sua participação no SPG; Atender todas as orientações de prevenção e providenciar a correção das não conformidades; Garantir que tanto os seus produtos quanto os do grupo estarão de acordo com os regulamentos da produção orgânica, respeitando a conformidade.
Colaboradores	Contribuir com a geração de credibilidade, por meio da sua participação ativa no SPG; Assumir a responsabilidade solidária pelos produtos avaliados.

Fonte: Autor, 2017.

O OPAC corresponde à certificadora na certificação por auditoria, possuindo personalidade jurídica com responsabilidade formal pelo conjunto de atividades desenvolvidas em um determinado SPG, devendo estar formalmente constituído para a atividade de certificação participativa junto ao MAPA, devendo possuir mecanismos de resolução de conflitos, atendimento a denúncias e aplicação de sanções administrativas (FONSECA, 2007).

As atribuições do OPAC são:

- Ser o representante legal do SPG;
- Assumir a responsabilidade legal pela avaliação da conformidade orgânica, de acordo com a legislação brasileira para a produção de orgânicos;
- Possuir obrigatoriamente uma Comissão de Avaliação e um Conselho de Recursos formados por representantes dos membros do SPG;
- Emitir documentos relativos ao funcionamento do SPG;
- Organizar e guardar os registros e documentos relativos à avaliação da conformidade;
- Apontar as não conformidades e sugerir ações preventivas e corretivas necessárias aos fornecedores;
- Possuir regimento interno que mostre a sua organização, o funcionamento participativo e como se responsabilizar pelo SPG.

A avaliação da conformidade no SPG é realizada em (03) três fases: Na primeira fase é realizada uma solicitação da avaliação da conformidade; Na segunda fase há a verificação por meio de revisão de pares; Já na terceira e última fase é efetuada uma etapa de revisão por pares, podendo haver a participação de outras partes que representem diferentes interesses, como consumidores e técnicos. A revisão de pares é o mecanismo utilizado pelos SPG para verificar a conformidade orgânica dos estabelecimentos com efetivo controle social.

Apresentamos no Quadro 7, o OPAC com atuação no estado do Rio de Janeiro com os respectivos quantitativos de produtores certificados e o escopo de credenciamento da OPAC junto ao MAPA.

Quadro 7: Caracterização do OPAC com o respectivo quantitativo de produtores certificados e o escopo de credenciamento baseado no CNPO (atualizado em 31.03.2017).

OPAC	Quantitativo de Produtores Certificados	Escopo de Credenciamento
Associação dos Agricultores Biológicos do Rio de Janeiro (ABIO)	412	PPV, PPA, PPOV e PPOA.

Fonte: Autor, 2017.

Como podemos observar o único organismo participativo para avaliação da conformidade orgânica com atuação no estado do Rio de Janeiro é a ABIO.

No Quadro 8, apresentamos o OPAC presente no estado do Rio de Janeiro com a localização, o quantitativo de produtores certificados e os respectivos escopos de certificação baseado no CNPO (atualizado em 31.03.2017).

Quadro 08: Localização, quantitativo e escopo de certificação dos produtores inseridos na ABIO.

Localização dos Produtores	Quantitativo de Produtores	Escopo de Certificação
Angra dos Reis	01	PPV
Areal	09	PPV
Avelar	01	PPV
Barra Mansa	07	PPV
Bom Jardim	02	PPV
Cachoeiras de Macacu	08	PPV e PPOV
Casimiro de Abreu	01	PPV
Cordeiro	01	PPV
Dorândia	01	PPOV
Duas Barras	01	PPV e PPOV
Engenheiro Paulo de Frontin	06	PPV
Guapimirim	18	PPV
Inconfidência	01	PPV
Itaboraí	09	PPV
Itaguaí	02	PPV
Itatiaia	03	PPV
Magé	10	PPV
Maricá	01	PPV, PPOV e PPA

Mendes	06	PPV
Miguel Pereira	08	PPV
Miracema	01	PPV
Niterói	01	PPV
Nova Friburgo	09	PPV
Paracambi	02	PPV
Paraíba do Sul	24	PPV, PPOV e PPA
Paty do Alferes	18	PPV
Petrópolis	75	PPV, PPOV e PPA
Pião	01	PPV
Pinheiral	11	PPV e PPOV
Queimados	01	PPV
Resende	04	PPV
Rio Claro	01	PPV
Rio das Flores	01	PPV
Rio de Janeiro	61	PPV, PPOV, PPA e PPOA
Sacra Família do Tinguá	03	PPV
São José do Vale do Rio Preto	05	PPV e PPA
Sapucaia	05	PPV
Saquarema	02	PPV
Seropédica	14	PPV
Silva Jardim	03	PPV
Sumidouro	03	PPV
Tanguá	10	PPV
Teresópolis	44	PPV e PPA
Trajano de Moraes	13	PPV
Valença	01	PPV
Vassouras	01	PPV
Visconde de Mauá	02	PPV
Total	412	-

Fonte: Autor, 2017.

Diante do Quadro 8, com o quantitativo de 412 (quatrocentos e doze) produtores, o mecanismo de garantia da qualidade orgânica via OPAC é o que possui a maior representatividade no estado do Rio de Janeiro. O município de Petrópolis possui 75 (setenta e cinco) produtores aptos a utilizar o selo SISORG em seus produtos, seguidos pelo Rio de Janeiro com 61 (sessenta e um) e Teresópolis com 44 (quarenta e quatro). O pioneirismo do Brasil em legalizar a certificação participativa com o nome de SPG, é hoje referência para vários países e tem se mostrado eficiente não somente como mecanismo de garantia para o consumidor de produtos orgânicos, como também, instrumento valioso de organização e construção participativa de conhecimento dos agricultores. Diante da experiência brasileira, países como El Salvador, Equador, Chile, Colômbia, México e Peru discutem a elaboração da legislação de orgânicos nos moldes de SPG (LEITE, 2013).

A PPV corresponde a 98 % do escopo de certificação presente no estado do Rio de Janeiro. De acordo com Salvador (2011), a PPV concentra em propriedades rurais com área inferior a 50 hectares, pois permite diversificar a produção (olericultura, a fruticultura e a floricultura) nos sistemas de base agroecológica, incentivando as atividades que gerem maior rentabilidade por área.

As informações disponíveis no CNPO apresentam algumas divergências com a realidade. Essa situação acontece em função do repasse incompleto de informações das organizações credenciadas (OAC, OPAC, OCS) ao MAPA. No caso das certificadoras, é sabido que a certificação em grupo de pequenos produtores, independente da quantidade de produtores participantes certificados, é identificado apenas como 01 (um) projeto e não representa o universo total de produtores certificados sendo emitido apenas 01 (um) certificado geral em nome de todo o grupo, que pode ser (01) uma associação ou cooperativa de produtores. Outro elemento que distorce o cadastro é a relação entre produtores e unidades de produção. Há produtores com mais de (01) uma unidade de produção em locais distintos com apenas (01) um certificado; existe a situação inversa, onde (01) uma mesma unidade de produção possui mais de (01) um certificado, ou seja, participa de mais de (01) um mecanismo de controle, garantia e informação das qualidades orgânicas (por exemplo, SPG e certificação; OCS e SPG; OCS e certificação). Essa situação acontece, por exemplo, quando por uma decisão comercial ou de marketing, o produtor opta por ter (02) dois tipos de mecanismos de avaliação da conformidade: SPG e certificação. Na relação dos produtores cadastrados, estes aparecem (02) duas vezes, (01) uma da certificadora e outra pela OPAC (que opera o SPG) (SCOFANO, 2014).

CAPÍTULO III – O BAIRRO E A FEIRA CULTURAL E ORGÂNICA

3.1 Afinal, Quais são as Características do Bairro da Glória?

Na atualidade, ao focar um estudo sobre a cidade é um grande desafio, sobretudo quando o foco é uma feira em uma grande metrópole, visto que a cidade pode ser visualizada adiante de um núcleo da concentração de pessoas, das atrações de negócios, das paisagens naturais, ou seja, a cidade pode ser pensada como elo, reinvenção e resignificação entre o campo e a cidade, sendo assim exigem novos olhares que busquem compreender sua dinamicidade.

A compreensão do bairro, como parte constituinte no crescimento urbano da cidade, é também acompanhada por seus moradores, que reconhecem o bairro não apenas como parte

extensiva da área central que iniciou o crescimento espacial da cidade (PESSOA, 2012: p. 13).

Conforme Vasconcelos Júnior (1999), a categoria bairro é vista como lugar do conhecimento e reconhecimento da pessoa enquanto sujeito, lugar do respeito e da amizade e da consideração. Compreender, o lócus é uma referência para entender as modificações e significações que a população residente e transeunte atribui ao espaço, criando, com isso, identidade, haja vista que essa produção decorre das práticas culturais, econômicas e cotidianas existentes.

Leão Barros (2004), compreende o bairro baseado no tripé: morfológico-dimensional, político-administrativo e histórico-social, fazendo referência a uma definição de bairro que o associa enquanto espaço físico a noção de território.

Palmeira (1997) descreve o bairro como lugar de morada. Cordeiro e Costa (1999) os compreende como lugar real e imaginado construídos através de um imaginário criado pelas vivências no e com o local, afirmando que esta unidade sócio espacial é problemática em si próprias.

Mayol (2000) apresenta o bairro como uma parcela conhecida do espaço urbano ou rural, por seu usuário, onde de forma positiva ou negativa este se reconhece, sendo ainda considerado objeto de consumo, onde seu usuário privatiza seu espaço público. Um bairro precisa apresentar paisagem urbana, conteúdo social e função.

O bairro da Glória tem em sua trajetória de fundação e de desenvolvimento um *mix* de hábitos, costumes, inovação e vanguarda, visto a inauguração da primeira estação de tratamento de esgoto no Brasil no ano de 1868 e da primeira estação do metrô no final da década de 70 (1978). Também foi no bairro da Glória a primeira feira livre na cidade instituída pelo mesmo Vice-Rei D. Luís de Almeida Portugal Soares d'Eça Alarcão de Melo e Silva Mascarenhas (Marquês de Lavradio), cujo objetivo consistia na normalização do abastecimento de gênero principalmente alimentício (PENSARIO/UFF, 2006).

O nome do bairro é em virtude do nome da Igreja de Nossa Senhora da Glória do Outeiro, construída no século XVIII em torno da qual se consolidou o povoamento da região.

A área total do bairro da Glória é de 114,01 hectares e habitado por 9.661 habitantes, composto por 5.350 mulheres e 4.311 homens, onde são alfabetizados 5.286 mulheres e 4.375 homens, correspondendo a 98,8 % e 99,3 % respectivamente. A faixa etária com o maior

quantitativo de habitantes é de 30 a 49 anos totalizando 2.942 habitantes. A renda *per capita* é de R\$ 1.552,52, já o Índice de Gini¹⁷ é de 0,53 (IPP, 2010).

É um bairro residencial, com um comércio pujante, inúmeras escolas, hotéis, e uma mescla de zona sul e centro da cidade, visto a proximidade e o entremeio dessas (02) duas regiões cariocas (FRIDMAN & FRIDMAN, 2002: p. 09). A Figura 6, apresenta a localização do bairro da Glória.

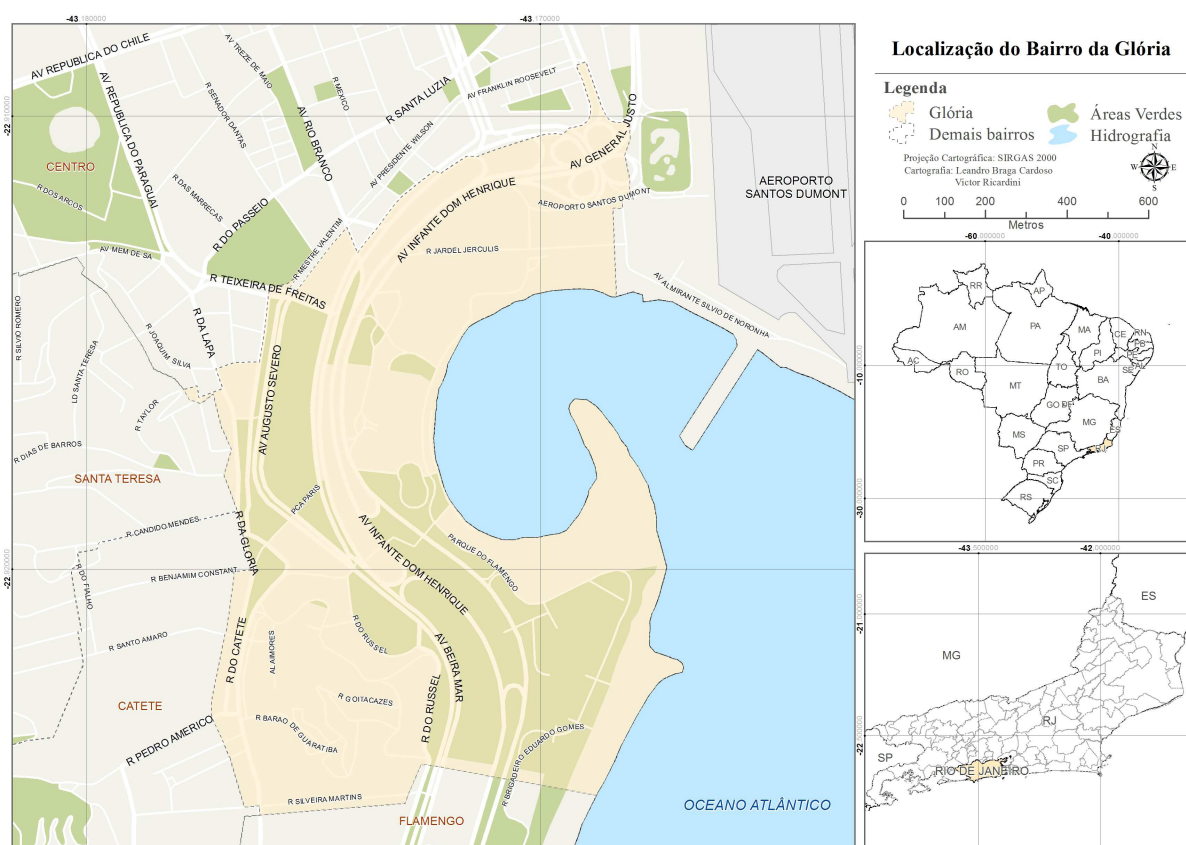


Figura 6: Mapa de localização do bairro da Glória.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados do Google Earth, 2016.

O bairro da Glória não se desenha pelas suas confrontações. O sentimentalismo avança sobre ruas até mesmo que não fazem parte da geografia do seu espaço físico. A Praça Paris, a Marina da Glória, a sede do Sistema Globo de Rádio, o Palácio São Joaquim ou Palácio da Mitra Arquiepiscopal que é a residência do arcebispo da igreja católica na cidade do Rio de Janeiro, o hotel Glória que atualmente está em fase de restauração, a tradicional feira de brechó realizada pelos mendigos e miseráveis, as pensões e hotéis que foram uma tradição do

¹⁷ O Índice de Gini criado pelo matemático italiano Conrado Gini, é um instrumento para medir o grau de concentração de renda. Ele aponta a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos. Numericamente, varia de zero a um (alguns apresentam de zero a cem). O valor zero representa a situação de igualdade, ou seja, todos têm a mesma renda. O valor um (ou cem) está no extremo oposto, isto é, uma só pessoa detém toda a riqueza. Fonte: www.ipea.gov.br – Acesso em 01 de junho de 2017.

bairro, as prostitutas, travestis que fizeram no passado o seu local preferido e que ainda hoje fazem (FRIDMAN, FRIDMAN, 2002: p. 59), além da proximidade com o Palácio do Catete, localizado no bairro do Catete, sede do poder executivo brasileiro no período de 1897 a 1960, hoje Museu da República. A Figura 7 indica a localização da Praça Paris, da Marina da Glória, a sede do Sistema Globo de Rádio, do Palácio São Joaquim, do hotel Glória, a tradicional feira de brechó e o ponto de localização dos travestis.

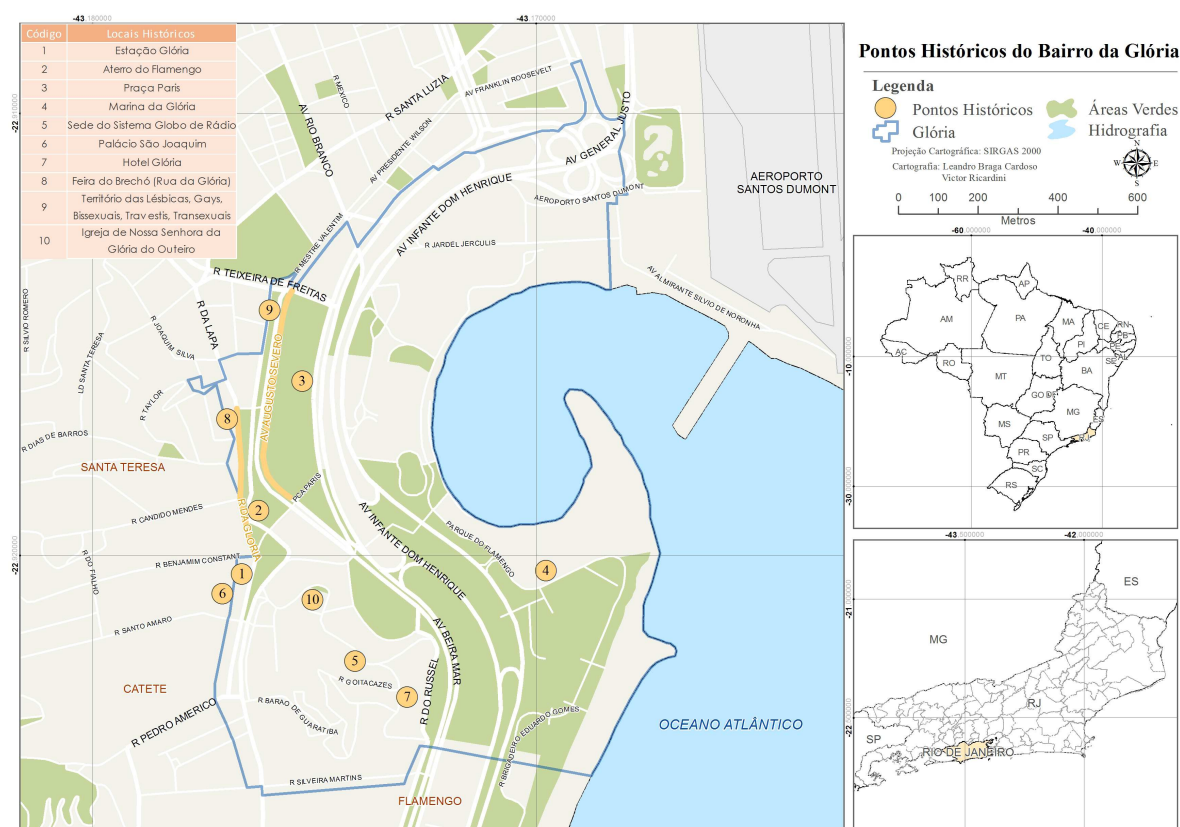


Figura 7: Mapa de localização dos pontos históricos do bairro da Glória.
Fonte: Elaborado pelo autor com dados do *Google Earth*, 2016.

3.2 As Feiras da Glória ou a Glória das Feiras

Segundo Williams (1989: p. 19) a vida do campo e da cidade é móvel e presente, move-se ao longo do tempo, através da história de uma família e um povo; move-se em sentimentos e ideias, através de uma rede de relacionamentos e decisões. Assim, a relação campo-cidade se evidencia em sua dinamicidade, bem como o contexto no qual está inserida, e as diferenciações identificadas se explicam no modo de vida da sociedade que produz esses espaços.

A multiplicidade e a pluralidade de formas sociais na contemporaneidade revela um importante movimento que presencia um o crescimento e a diversificação dos circuitos de produção e consumo, seja no campo ou na cidade.

Para Castells (1999), essa pluralidade de componentes divergentes só mantêm-se coerente em uma rede, que abarca uma diversidade funcionando como um todo – como é o caso da feira. As relações entre os componentes da feira, ou seja, dessa rede, envolvem múltiplos laços de realimentação através da interação entre as pessoas, do fortalecimento dos laços econômico-sociais de freguesia, de conhecimento, de trabalho e de recreação, moldando práticas e valores individuais, grupais e coletivos; conectando indivíduos e regiões; disponibilizando distintos saberes a serviço da coletividade; promovendo acordos de cooperação e ampliando estratégias de ação, principalmente numa grande metrópole como a cidade do Rio de Janeiro, particularmente num bairro específico, como por exemplo, na Glória.

3.2.1 As Feiras Convencionais

As feiras convencionais são realizadas semanalmente, no qual a Feira da Rua Conde Lage ocorre às quintas-feiras, já a Feira da Avenida Augusto Severo acontece aos domingos. A Feira Cultural e Orgânica da Glória será dissertada na próxima seção.

A Figura 8 indica a localização das feiras presentes no bairro da Glória: Feira da Rua Conde Lage, Feira da Avenida Augusto Severo e da Feira Cultural e Orgânica da Glória.

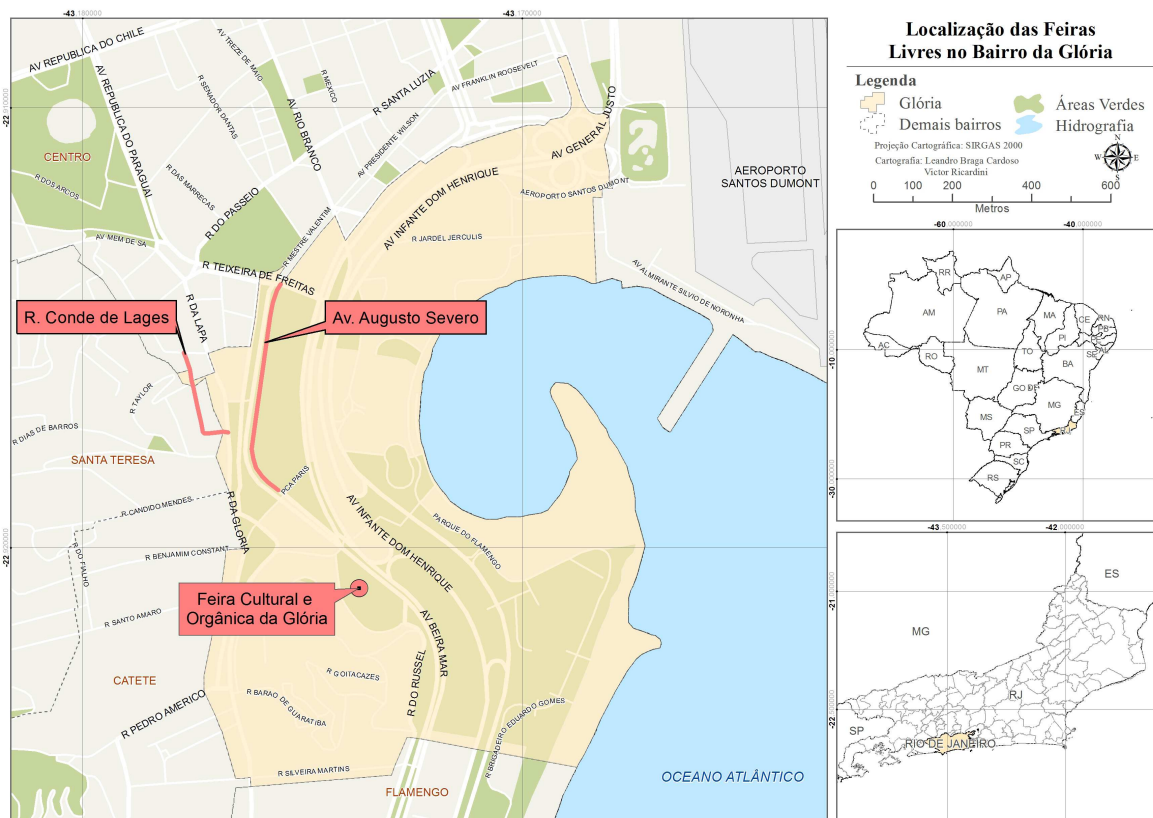


Figura 8: Mapa de localização das feiras da Rua Conde Lages, da Avenida Augusto Severo e da Feira Cultural e Orgânica da Glória.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados do *Google Earth*, 2016.

São comercializadas frutas, hortaliças, verduras, legumes, pescados, carne suína, produtos importados, confecções, CD e DVD “piratas” e outras “quinquilharias”. Há barracas padronizadas e improvisadas – alguns feirantes instalam-se embaixo de lonas erguidas em determinados pontos e ainda, em arrumações improvisadas, como por exemplo, caixotes de madeira, bicicletas, carrinho de mão e pequenas tendas. Vendedores ambulantes perambulam pelas feiras comercializando crustáceos e produtos “importados”, além de camelôs comercializando sapatos, roupas, adereços e obras de artes usadas.

As feiras da Avenida Augusto Severo e a Feira da Rua Conde são apresentadas nas Figuras 9 e 10, respectivamente.



Figura 9: Feira da Avenida Augusto Severo (à esquerda).

Figura 10: Feira da Rua Conde Lages (à direita).

Fonte: Pesquisa realizada pelo autor, 2016.

Ao embrenhar-se nas referidas feiras livres, os fregueses são abafados por uma ambiência que se apresenta a partir de diversos tons dos produtos ofertados, bem como, pela sonoridade dos dizeres dos feirantes no ato do agenciamento para as vendas dos seus produtos, conforme os textos descritos abaixo:

“A minha garrafada levanta até difunto.” (FEIRA DA AVENIDA AUGUSTO SEVERO).

“Oh moço a tapioca daqui até os artistas globais consomem” (FEIRA DA RUA CONDE LAGES).

“Maçã, laranja, melancia, uva, manga. A minha banca é uma verdadeira salada de frutas” (FEIRA DA AVENIDA AUGUSTO SEVERO).

Fonte: Pesquisa realizada pelo autor, 2017.

3.2.2 A Feira Cultural e Orgânica da Glória: Do Nascimento a Organização

Segundo (MALUF, 2004) determinados mercados conectam produção e consumo, facilitam a circulação de produtos que carregam consigo um forte apelo sociocultural favorecendo a reinserção econômica de categorias sociais em situação de vulnerabilidade social. Dentre os mercados que têm revelado maior pujança nesse processo de reconfiguração dos territórios, pode-se destacar aqueles associados à produção de alimentos orgânicos. Trata-se, na realidade, de uma vasta gama de canais de comercialização que englobam desde pequenas redes varejistas atraídas pela ampliação da demanda por produtos orgânicos até circuitos locais ancorados em um processo de revalorização do vínculo direto entre produtores

e consumidores, envolvendo ainda a presença crescente do Estado como demandante de alimentos a partir de políticas públicas, como por exemplo, o PAA e o PNAE.

Autores como (KARPIC, 2009; ALLAIRE, 2004; GOODMAN, 2003), categorizam esses mercados como a demonstração da emergência de uma nova economia de qualidades que se manifesta, no âmbito da produção e do consumo, através de um extenso e diversificado conjunto de valores redefinindo o conteúdo das relações econômicas. Já (GOODMAN, DUPUIS e GOODMAN (2012), WILKINSON (2007) e McMICHEL (2009), abarcam uma crítica ética e estética ao padrão alimentar fordista, no qual esses valores ressurgem concomitantemente à consolidação de novos movimentos sociais econômicos que entram em cena nos anos 1980 e afirmam-se ao longo da década seguinte, impulsionando a emergência de redes alternativas de produção e consumo (Niederle e colaboradores, 2013).

O surgimento da Feira Cultural e Orgânica da Glória é marcado primeiramente através do movimento “Por Uma Comida sem Veneno”, o qual deu origem à COONATURA.

Com o objetivo de organizar grupo de agricultores do Brejal, localizado no distrito da Posse, município de Petrópolis, região serrana do estado do Rio de Janeiro, em março de 1979, surgiu a Associação Harmonia Ambiental COONATURA, fruto da coletividade entre produtores e consumidores de alimentos naturais e orgânicos.

Vale ressaltar, que o primeiro núcleo de agricultores orgânicos fluminenses, foi criado na região do Brejal no ano de 1978.

Alguns personagens foram os principais articuladores para o nascimento da Coonatura (BLOISE, 2013).

Antônio Carlos de Araújo Lago (Tuíca) → Participou junto com Paulo Aguinaga e o Sr. Elles Gonçalves da criação da Coonatura. Foi presidente da cooperativa durante vários anos e sempre atuou junto aos agricultores, partilhando seus conhecimentos de ecologia. Hoje, Tuíca divide seu tempo entre Petrópolis e o interior de Minas. Continua apoiando o grupo da Fazenda Pedras Altas.

Antônio Carlos Silva Correa (Toninho) → Agricultor residente na Fazenda Pedras Altas, filho mais velho da D.Arlete e do Sr.Antônio, já falecidos. Toninho nasceu na fazenda. Participou da Coonatura e participa da Biohortas. Representante hoje de uma das famílias-raiz da fazenda. A família praticava a agricultura convencional antes do contato com a Coonatura.

Geraldo Alexandre da Silva → Agricultor residente na Fazenda Pedras Altas. Participou da Coonatura e participa da Biohortas. Antes do contato com a Coonatura também praticava a agricultura convencional. Por duas vezes se afastou do grupo, a primeira para trabalhar fora da lavoura e depois para trabalhar em lavoura convencional. Há 16 anos de volta à fazenda, Geraldo afirma que não sai mais, animado com a proposta do assentamento. Representante hoje de uma das famílias-raiz da fazenda.

Levi Gonçalves → Agricultor residente na Fazenda Pedras Altas desde 1983, filho do Sr.Elles Gonçalves, que junto com Paulo Aguinaga deu início à Coonatura. Começou plantando alimentos orgânicos na Cachoeirinha com o pai e o irmão, Neia Gonçalves. Representante hoje de uma das famílias-raiz da fazenda. Participou da Coonatura e hoje participa da Biohortas. Representante de família pioneira na agroecologia na região é um dos mais ativos agricultores da área. (BLOISE, 2013)

Paulo Pedrosa Aguinaga → Entrou para a UFRRJ em 1977. Em 1978 conheceu João Carlos Ávila, que acabara de chegar da Alemanha com as propostas da Biodinâmica. Paulo se muda para o sítio de João em Friburgo, a convite dele, para aprender a plantar sem veneno. Em 1979 participa da fundação da Coonatura e passa a coordenar o Núcleo Rural da Cooperativa. Na década de 90, a Coonatura adentra em processo de dissolução, Paulo fixa residência no Brejal e cria uma microempresa, a Biohortas, para que os agricultores tivessem uma forma de escoar a produção. Paulo continua a residir no Brejal, sempre ao lado dos agricultores; porém, agora dedica-se mais a atividades associativas e políticas na região. A Biohortas encolheu cedendo espaço à comercialização direta dos agricultores através do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas.

A COONATURA durou (27) vinte e sete anos, e o trabalho desenvolvido na cidade do Rio de Janeiro deixou de legado a Feira Ecológica e Cultural, localizada no bairro da Glória, fundada em 16 de outubro de 1994, por uma iniciativa conjunta entre a ABIO, a COONATURA e Associação de Moradores da Glória.

Desde o nascedouro, a Feira Ecológica e Cultural atual Feira Cultural e Orgânica da Glória, está instalada na Praça Luis de Camões localizada no bairro da Glória/RJ. A Figura 11 indica a localização da Feira Cultural e Orgânica da Glória.

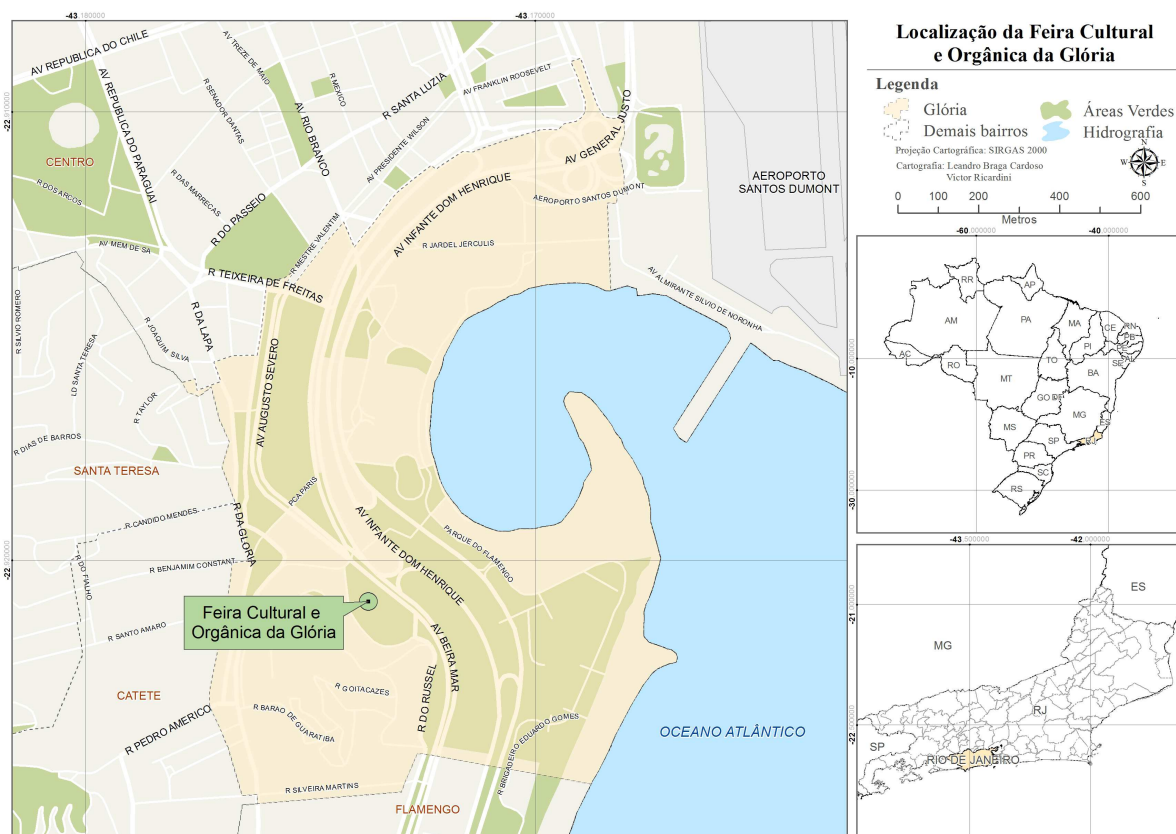


Figura 11: Localização da Feira Cultural e Orgânica da Glória.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados do Google Earth, 2016.

A Feira Cultural e Orgânica da Glória está inserida à margem de ruas e avenidas com intenso fluxo de carros, próximo a estação Glória do metrô, possui local para estacionamento, ocupando uma área de aproximadamente 350 metros quadrados, conta com aproximadamente 40 (quarenta) barracas padronizadas de produtores e/ou comerciantes, oriundos de grupos de comercialização. A Figura 12 apresenta as barracas montadas e padronizadas.



Figura 12: Barracas montadas e padronizadas.

Fonte: Pesquisa realizada pelo autor, 2016.

Cada barraca possui identificação referente ao nome da associação, o local de origem dos produtos, selo de certificação da ABIO ou de outra certificadora, logomarca do CCFO, o selo SISORG e a logomarca da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, conforme apresentado pela Figura 13.



Figura 13: Placa de identificação da barraca montadas com o nome da associação, o local de origem dos produtos, selo de certificação da ABIO ou de outra certificadora, logomarca do CCFO, o selo SISORG e a logomarca da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro
Fonte: Pesquisa realizada pelo autor, 2016.

Na Feira Cultural e Orgânica da Glória podemos encontrar desde as barracas tradicionais, que comercializam hortaliças, frutas, legumes, verduras, cereais, grãos e alimentos processados, industrial ou artesanalmente (como biscoitos, bolos, doces, geléias, pães e tapiocas), até produtos diferenciados como suco vivo, vinhos e azeites orgânicos, cosméticos, ovo, frango caipira (sob encomenda), produtos fitoterápicos, produtos vegetarianos e veganos, sacolas reutilizáveis, além de ser um espaço para práticas de meditação, conforme pode ser evidenciados através das Figuras 14 e 15.



Figura 14: Produção primária vegetal comercializada (à esquerda).



Figura 15: Processamento de produtos de origem vegetal comercializados (à direita).

Fonte: Pesquisa realizada pelo autor, 2016.

No que tange a comercialização de produtos de origem animal, insta salientar que não foi evidenciada a comercialização de produtos processados de origem animal, fato retratado pela fala de um feirante “a lei para comercializar produtos processados não favorece ao pequeno produtor”. A Figura 16 mostra a comercialização de ovos orgânicos.



Figura 16: Ovos orgânicos comercializados na Feira Cultural e Orgânica da Glória.
Fonte: Pesquisa realizada pelo autor, 2016.

Para participar da feira é preciso ser sócio da ABIO e pagar uma taxa de R\$ 43,00 (quarenta e três reais)¹⁸ por barraca mensalmente, sendo dividido entre o aluguel da barraca, taxa administrativa da ABIO, o fundo da publicidade e divulgação e os honorários do gerente. Em média a cada edição da feira possui 40 (quarenta) barracas, havendo de 03 a 04 barracas por cada grupo de SPG participante da referida feira.

As atribuições do gerente consistem:

Fazer cumprir o acordo de funcionamento do CCFO; Gerir o pagamento das barracas; Controlar os produtos comercializados no que tange quais e as quantidades; Coordenar o conselho coletivo; Dirimir qualquer dúvida ou esclarecimento (ABIO, 2010, p. 5).

Segundo Portilho (2008), a Feira Cultural e Orgânica da Glória não é um espaço homogêneo e seus frequentadores não constituem uma unidade ou comunidade. Melhor seria descrevê-la como um pequeno mosaico de estilos de vida, colocando em contato, em um espaço único, grupos com interesses semelhantes, mas de modo algum idênticos, em torno da

¹⁸ Valor informado verbalmente pela (o) pseudônimo identificado e relacionado pela letra E, no ato da entrevista realizada em 25/03/2017 pelo próprio autor.

representação do que seja uma “alimentação saudável” e que compartilham alguns consensos éticos, políticos e ideológicos com relação ao papel ativo do consumidor e à importância e significado de suas escolhas. Ainda segundo a autora, não se pode dizer que os frequentadores da Feira da Glória formem uma comunidade, no sentido tradicional, nem que se trata de um simples conjunto de indivíduos, nem de um estado de anomia, fragmentação ou individualização. Ao contrário, poderíamos dizer que os consumidores da Feira da Glória formam uma “comunidade imaginária” em que constroem e reforçam mutuamente seus estilos de vida, ideais, valores e formas de participação, partilhando uma esfera pública comum.

3.2.3 A Organização Gestora da Feira: Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro

No ano de 1985 um pequeno grupo de agricultores do município de Nova Friburgo, região serrana do estado do Rio de Janeiro, criou a ABIO, cujo objetivo foi contribuir para a expansão do movimento orgânico e a promoção da articulação entre produtores e consumidores, então incipiente no país.

A ABIO fomenta o desenvolvimento sustentável alicerçado nos princípios da agroecologia perante diversos atores, entre eles: agricultores familiares, pequena produção agropecuária, nas empresas de pequeno reduzido com a participação de um corpo técnico multidisciplinar.

Antes da regulamentação, a ABIO contribuiu para a construção do conceito de agricultura orgânica, sistematizando as normas técnicas de certificação da produção com base nos parâmetros da *IFOAM*. Estimula e ensina as técnicas da produção orgânica e busca criar canais de comercialização próprios, fazendo o alimento orgânico chegar diretamente ao consumidor (PORTILHO, CASTAÑEDA, 2008: p. 10).

Destacamos algumas ações da ABIO para atingir as finalidades, baseado no seu Estatuto Social (ABIO, 2016):

- I – promover o resgate, a valorização e a difusão dos saberes, dos conhecimentos e das experiências tradicionais;
 - IV – promover a realização de encontros, seminários, cursos e outras atividades educacionais, visando a divulgação de temas ligados à agroecologia e afins, a educação ambiental e a formação e capacitação de agricultores e produtores, extrativistas, técnicos, comerciantes e consumidores;
 - X – promover, apoiar e difundir iniciativas de comércio justo e economia solidária
- Fazer cumprir o acordo de funcionamento do CCFO;
- XI – avaliar a conformidade, por meio de Sistema Participativo de Garantia (SPG), de produtos, processos e serviços baseados nos princípios da agroecologia, da produção orgânica, do extrativismo sustentável orgânico e afins, conforme as

normas e regulamentos técnicos próprios ou emanados das esferas competentes (ABIO, 2016, p. 2-3).

A ABIO é constituída por número ilimitado de associados, classificados como associados agricultores, produtores e extrativistas; associados comerciantes; associados especiais; associados colaboradores (SCOFANO, 2014).

Atualmente, a ABIO reúne e certifica 412 (quatrocentos e trinta e um) sócios agricultores, de diversas regiões do estado do Rio de Janeiro e estabelecimentos processadores de produtos orgânicos.

Quanto aos grupos de SPG e os respectivos quantitativos de associados apresentamos no quadro a seguir. Baseado no site da ABIO (acesso em 02.01.2017).

Quadro 9: Síntese dos grupos de SPG, o número de associados por grupo e os escopos de certificação.

Item	Grupo SPG	Nº de Associados	Escopo de Certificação
01	Albertos	24	PPV
02	Areal	11	PPV e PPA
03	Barra Mansa	10	PPV
04	Brejal	26	PPV
05	Cachoeiras de Macacu	08	PPV e PPOV
06	Centro-Sul Fluminense	07	PPV e PPOV
07	Guapimirim	14	PPV, PPA e PPOV
08	Itaboraí	14	PPV
09	Itaipava	11	PPOV
10	Juturnaíba	15	PPV e PPOV
11	Magé	17	PPV
12	Mendes	10	PPV
13	Nova Friburgo	15	PPV
14	Orgânicos Pais	22	PPV
15	Paraíba do Sul	27	PPV
16	Pinheiral	10	PPV
17	Rede Cau	12	PPV
18	Rio da Prata	13	PPV, PPOV e PPA
19	Rio das Flores	01	PPV
20	Rio Macabu	11	PPV
21	Rio Urbano	10	PPV
22	São José	16	PPV
23	Seropédica	14	PPV
24	Serramar C.A.	13	PPV
25	Serra Mar	12	PPV, PPOV e PPA
26	Socavão	04	PPV
27	Tanguabio	06	PPV, PPOV e PPA
28	Teresópolis	40	PPV

29	Tinguá Orgânicos	20	PPV e PPOV
30	Vale das Pedrinhas	04	PPV
31	Visconde de Mauá	14	PPV

Fonte: Autor, 2017.

Conforme pode ser observado no Quadro 9, o grupo com maior quantitativo de associados é o de Teresópolis (40), seguido pelo Paraíba do Sul, Brejal e Albertos, com os respectivos montantes de associados, 27, 26 e 24. O grupo de Rio das Flores possui o menor quantitativo, com somente 01 associado. Já o escopo PPV está presente em 97 % dos grupos SPG localizados no estado do Rio de Janeiro.

CAPÍTULO IV – A PESQUISA

Neste capítulo será apresentada a metodologia utilizada, os instrumentos e as técnicas de investigação, em seguida adentramos nos resultados da pesquisa propriamente dita.

4.1. A Metodologia Utilizada na Pesquisa

Diante da complexidade do contexto no qual está inserida a pesquisa em questão, a trajetória metodológica percorrida para o conhecimento do objeto de estudo, permitiu compreender os significados e as intencionalidades, que permeavam as questões inerentes ao objeto (estruturas sociais, atitudes, relações) (GODOY, 2005).

Na concepção de Johnson (1997: p.147), em uma pesquisa de cunho sociológico a metodologia da pesquisa consiste de um conjunto de técnicas e práticas utilizadas para “reunir, processar, manipular e interpretar informações que podem ser usadas para testar idéias e teorias” tornando possível a construção de uma realidade.

Utilizamos para atingir os objetivos propostos desta dissertação de um pluralismo metodológico, visto que “no hay una única ventana que nos permita ver con claridad y no hay un único método a través del cual podamos alcanzar y dominar las sutiles y misteriosas variaciones del desarrollo y la experiência humanos” através de métodos quantitativos e qualitativos, de forma interativa. O conjunto de dados quantitativos e qualitativos, não se opõe, ao contrário, se complementam, pois a realidade abrangida por eles interage dinamicamente, excluindo qualquer dicotomia” (GODOY, 2005).

Neste estudo, utilizamos técnicas de natureza quantitativa para a apreensão dos dados numéricos relativos ao objeto de pesquisa, referente aos aspectos subjetivos, tornando-se

necessária a utilização de técnicas de corte qualitativo, pois os instrumentos qualitativos permitem “... un contato vivo, una determinada interacción personal del investigador con los grupos y/o sujetos investigados”. Esta metodologia revela-se muito útil à pesquisa nas ciências sociais, pois segundo Ortí, permite “... captar, [...] analizar e interpretar los aspectos significativos diferenciales de la conducta y de las representaciones de los sujetos y/o grupos investigados” (ORTIZ: 1994, p.213).

Neste trabalho, optou-se por utilizar a Feira Cultural e Orgânica da Glória como território de análise. Segundo Raffestin (1993), o espaço representa um nível elevado de abstração, enquanto que o território é o espaço apropriado por um ator, sendo definido e delimitado por e a partir de relações de poder, em suas múltiplas dimensões, no qual cada território é produto da intervenção e do trabalho de um ou de vários atores sobre determinada parcela do espaço geográfico. Ainda segundo o autor, o território não se reduz então a sua dimensão material ou concreta, pois é uma teia ou rede de relações sociais que se projetam no espaço. É construído historicamente, remetendo a diversos contextos e escalas como uma feira livre, o bairro, a cidade, a região.

Entende-se que o território seja objeto de análise a partir de diferentes perspectivas – geográfica, antropológica, cultural, sociológica, econômica, entre outros que o percebem, cada qual, seguindo suas objetivações específicas (CORRÊA, 2001).

Como estratégias metodológicas foram contempladas quatro grandes dimensões de análise: o bairro da Glória, a Feira Cultural e Orgânica da Glória, os feirantes e os consumidores.

Em primeiro lugar as (02) duas grandes dimensões (o bairro da Glória, a Feira Cultural e Orgânica da Glória), revelar o cenário onde transcorrem as relações, ou seja, o conhecimento do palco de ação dos atores envolvidos, a sua história, a importância que este assume no plano do local de abastecimento, das manifestações culturais, as conexões entre campo-cidade e rural-urbano.

A terceira dimensão analítica centrou na figura do feirante, como um dos atores envolvidos no processo. A preocupação nesta dimensão consistiu no resgate dos aspectos histórico-culturais relacionados à trajetória do próprio feirante e à trajetória junto à Feira Cultural e Orgânica da Glória através do tempo, as características da atividade que desempenha, bem como sua compreensão sobre o perfil do consumidor. Interessa-nos, sobretudo, os atributos destacados no processo atual de comercialização (produto orgânico, qualidade e relações humanas).

A quarta grande dimensão residiu na perspectiva do consumidor, na análise do seu perfil, seus hábitos, suas impressões e a relação com a natureza da feira livre foco desta pesquisa. A razão de sua preferência por este canal de comercialização, o imaginário com o rural, sobre o conceito do consumidor com relação a vários atributos dos produtos que são comercializados (qualidade, atendimento e relação com o local). Igualmente relevantes são os aspectos associados à procedência dos produtos, o modo como foram obtidos, a tecnologia utilizada e especialmente a importância das representações simbólicas a que este canal de comercialização se associa no imaginário coletivo dos consumidores.

Em tais construções humanas são conferidos significados às “coisas” (fenômenos, manifestações, ocorrências, fatos, eventos, vivências, idéias, sentimentos, assuntos), como denomina Turato (2005). Este processo não ocorre de forma estanque, pois está sujeita a conflitos, contradições e antagonismos, por isso fomos direcionados à compreensão do objeto numa perspectiva dialética, e em constante movimento.

Empregamos como fontes de pesquisa: (i) fontes bibliográficas (dissertações, teses, artigos e livros); (ii) fontes documentais escritas (jornais, documentos oficiais, revistas, panfletos e outros); (iii) fontes iconográficas (fotos, imagens e vídeos) e (iv) fontes orais (entrevistas).

4.2 Instrumentos e Técnicas de Investigação

A relação do pesquisador com o universo da pesquisa iniciou-se em outubro de 2005, local que frequentou e frequenta como consumidor após fixar residência na cidade do Rio de Janeiro. Já o desenvolvimento da pesquisa propriamente deu-se em duas etapas: A primeira iniciou em novembro de 2016, sendo de caráter exploratório, concomitantemente com a redefinição do universo da referida pesquisa. Nesta fase iniciamos um processo de imersão através de um mergulho intenso *in loco*, ou seja, na Feira Orgânica e Cultural da Glória, cujo objetivo foi “desvendar” e compreender o universo da pesquisa em diversos matizes e entrelaces.

Numa segunda etapa caracterizada com fase empírica, a pesquisa esteve orientada para à elaboração de instrumentos de coleta de dados (questionários e roteiro de entrevistas) bem como o levantamento de fontes bibliográficas. A entrevista é uma técnica útil para a revelação da experiência de vida das pessoas, o que elas sabem, crêem, sentem ou fizeram, bem como as explicações ou razões a respeito de fatos precedentes (Selltitz et. al., 1967 p.273). Costabeber (1998, p.40), reconhece que a entrevista individual é uma técnica de

grande utilidade, pois proporciona a coleta de um conjunto de saberes privados do indivíduo, a construção do sentido social, da conduta individual ou do grupo de referência deste indivíduo, bem como a fonte de explicações ou razões acerca dos aspectos que envolvem escolhas e valores.

A entrevista individual estruturada¹⁹ contou com um roteiro de perguntas pré-definidas, permitindo que os entrevistados pudessem desenvolver seus discursos com maior liberdade. De acordo com Gil (1991, p.117), este tipo de entrevista é aconselhável para as situações em que os entrevistados não se sintam à vontade para responder indagações com maior grau de complexidade. Realizamos entrevista semi-estruturada não gravada com 10 (dez) feirantes e 10 (dez) consumidores, durante os meses de dezembro do ano de 2016 e fevereiro do ano de 2017.

Os feirantes entrevistados foram escolhidos aleatoriamente no qual optamos pelo uso de questionário semi estruturado com perguntas abertas e fechadas (Anexo IV). O objetivo principal consistiu na coleta de informações pessoais, dos aspectos fundiários, dos aspectos econômicos, além dos significados do entrelace com a Feira Orgânica e Cultural da Glória e por fim os aspectos legais de avaliação da conformidade orgânica. O intervalo das entrevistas transcorreu das 6h 00m até as 7h 30m, em virtude da baixa frequência de consumidores na Feira.

Ao analisar a dimensão do consumidor realizamos a coleta de informações pessoais, a relação do consumidor com a Feira, com o feirante, com a conformidade orgânica e as razões pela sua escolha por este canal de comercialização. O levantamento das informações deu-se através do uso de questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas (Anexo V). A metodologia utilizada para a seleção dos consumidores a entrevistar foi à amostragem aleatória, e o intervalo das entrevistas transcorreu das 9h 00m até as 11h 00m, em virtude da elevada frequência de consumidores na Feira.

As pessoas a serem entrevistadas (feirantes e dos consumidores) foram abordadas, sendo explicado o objetivo da pesquisa, e em caso positivo iniciava-se a entrevista. A duração das entrevistas era variável, porém a maior demanda de tempo concentrou-se nos feirantes, visto os intervalos e interrupções ao atender um possível consumidor. Durante a execução da pesquisa de campo, somente um feirantes recusou-se a participar da pesquisa, alegando que

¹⁹ Segundo Marconi e Lakatos (1999, p.96) que, apoiados em Lodi (1974, p.16), justificam que a padronização permite uma uniformidade nas perguntas, sendo que desta forma a diferença obtida nas respostas reflete apenas a diferença de pensamento entre os entrevistados e não devido às perguntas.

ele estava na feira para vender e não para bater papo. Quanto aos consumidores todos prontamente atenderam a solicitação do pesquisador.

Os entrevistados – feirantes e consumidores – foram identificados pelas letras do alfabeto de A a J, respectivamente.

Como mecanismo de reconstituição histórico e geográfico da Feira Orgânica e Cultural da Glória utilizamos de pesquisa documental, em que pese à escassez de materiais específicos. Buscamos registros documentais que indicassem a constituição legal da feira, a exemplo, a legislação municipal, além do acordo de funcionamento e os cadastros institucionais. Acessamos o cadastro nacional de produtores orgânicos visando à relação legal dos feirantes com a legislação brasileira para produção orgânica.

4.3. A PESQUISA DE CAMPO

Iniciaremos esta seção apresentando as evidências obtidas durante a aplicação da proposta de observação focada no feirante e no consumidor.

4.3.1 O Feirante

A pesquisa junto ao feirante reveste-se de grande importância para o presente estudo, uma vez que são estes os responsáveis por uma proposta alternativa de produção e abastecimento de produtos hortifrutigranjeiros orgânicos junto a Feira Cultural e Orgânica da Glória.

Chegando ao bairro da Glória ainda sobre os holofotes da Lua, os feirantes ofertam além de produtos alimentícios, e também conhecimentos, experiências e modos de vidas ligados a produções locais de variados campos e recantos do estado do Rio de Janeiro.

4.3.1.1 Informações Pessoais

Em relação à idade, 03 (três) feirantes encontram-se na faixa etária de 50 a 54 anos, o que equivale a 30% dos feirantes entrevistados, 02 (dois) feirantes encontram-se nas respectivas faixas etárias de 35 a 39, de 45 a 49 e 60 a 64 anos, correspondendo a 20% dos feirantes entrevistados nas relativas faixas etárias. E apenas 01 (um) feirante, o que corresponde a 10 % entre 55 a 59 anos, conforme pode ser evidenciado na Figura 17.

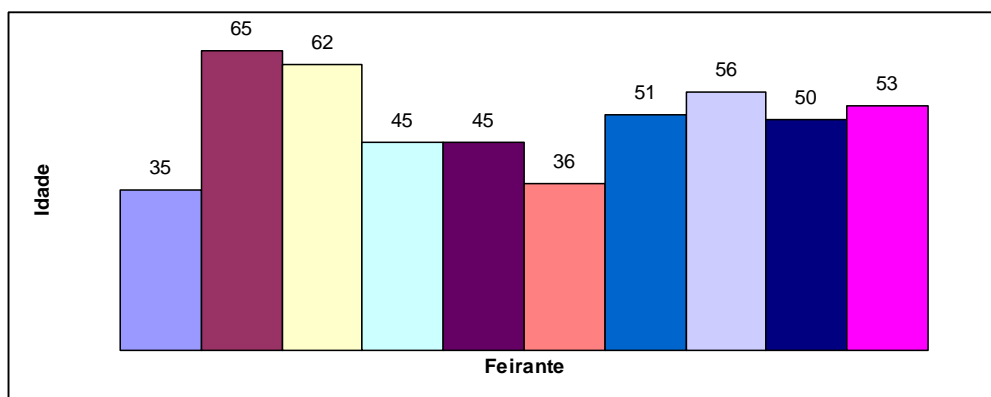


Figura 17: Idade dos feirantes entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

Com relação ao sexo dos feirantes, 08 (oito) feirantes entrevistados são do sexo masculino equivalendo a 80%, e 02 (dois) feirantes do sexo feminino, correspondendo a 20% conforme mostrado na Figura 18.

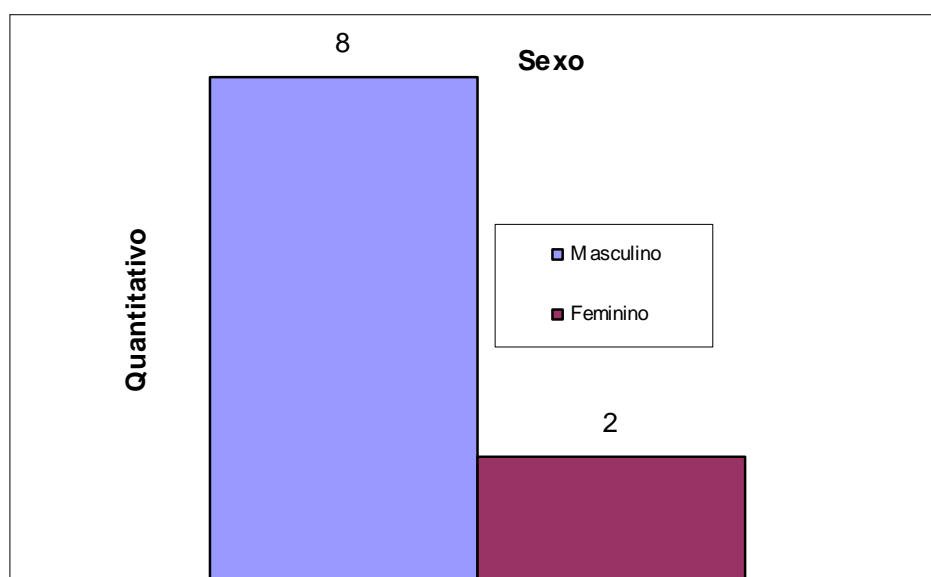


Figura 18: Sexo dos feirantes entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

Analisando as informações presente na Figura 19, obtida junto aos feirantes quanto ao quesito profissão, constatou-se que 07 (sete) feirantes, o que equivale a 70% são produtores (as) rurais, enquanto 03 (três) são engenheiros agrônomos (produtores e comerciantes) o que corresponde a 30%.

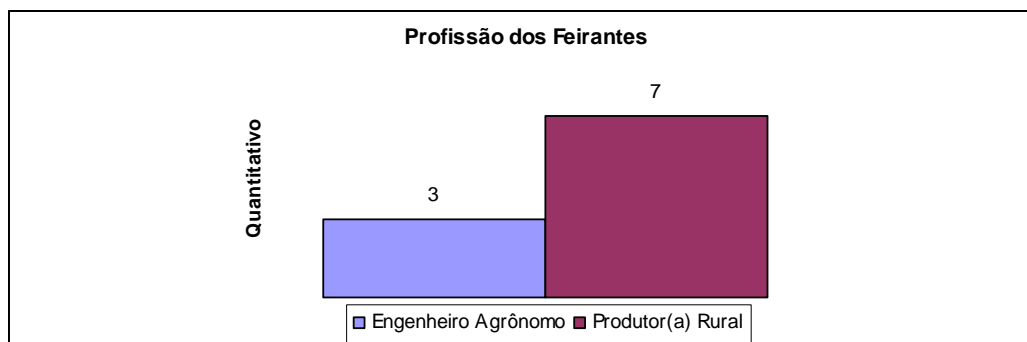


Figura 19: Profissão dos feirantes entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

Visando aferir a localização das áreas rurais nos quais “nascem” os hortifrutigranjeiros comercializados na Feira Cultural e Orgânica da Glória, percebe-se que, 05 (cinco) feirantes entrevistados estão localizados no município de Seropédica, correspondendo a 50%. 02 (dois) feirantes estão localizados em Petrópolis equivalendo 20% e os demais em Duas Barras, Guapimirim e Queimados, com a presença de 01 (um) feirante em cada, conforme retratado na Figura 20.

Na pesquisa com os feirantes ouvi relatos referentes à comercialização de produtos de outros produtores pertencentes ao mesmo grupo de SPG em virtude da existência de algum impedimento: *“A minha barraca possui várias identidades. Quando o companheiro não vem e tem produto eu trago e vendo moço.”*

Observa-se a existência de redes de cooperação sociais formada pela reciprocidade entre agricultores, a qual não pode ser medida apenas pelos parâmetros da economia clássica das trocas e dos intercâmbios comerciais e monetários (TESCHE, 2008).

Com o maior quantitativo de feirantes entrevistados oriundos de Seropédica, o referido município conta com diversos centros de pesquisa no que tange as ciências agrárias, tanto na esfera federal quanto estadual, como por exemplo, a UFRRJ, a unidade EMBRAPA Agrobiologia onde está inserida a Fazendinha Agroecológica Km 47 implantada no ano de 1993, sendo uma iniciativa conjunta da Embrapa Agrobiologia, da PESAGRO-Rio e da UFRRJ. A Fazendinha Agroecológica oferece treinamentos, capacitações para estudantes, técnicos do Brasil e do exterior, além de receber visitantes, fomentando a pesquisa, o desenvolvimento e a inovação no campo da agroecologia.

De acordo com Lalkaka e Bishop (1995), Seropédica possui um parque tecnológico visto o quantitativo de centros de pesquisa com uma fonte significativa de capital intelectual no qual usufrui da vantagem da proximidade geográfica com os produtores agroecológicos.

Seropédica assiste a uma “revolução industrial extemporânea” (segundo os próprios organismos oficiais) por meio de um processo de reordenamento logístico do território, com o rompimento de seu caráter “rural” (OLIVEIRA, 2015). Vale ressaltar, que o município de Seropédica está localizado nas imediações da Rodovia Presidente Dutra e do Arco Metropolitano do Rio de Janeiro.

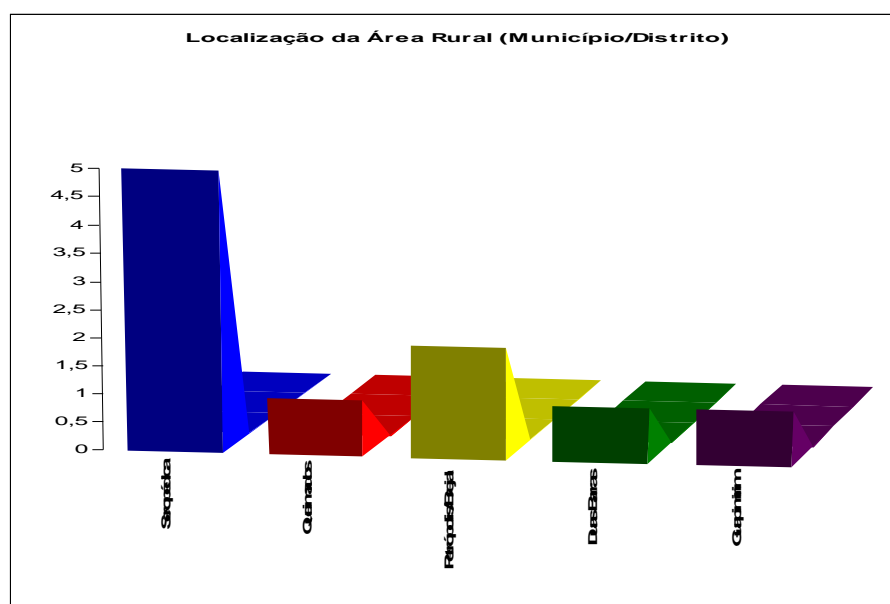


Figura 20: Localização da área rural dos feirantes entrevistados (Município/Distrito).

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

Quando solicitamos aos entrevistados que apontassem se residem na área de produção, a grande maioria, ou seja, 06 (seis) feirantes disseram que sim, o que equivale a (60%), e 04 (quatro) feirantes relataram que não reside na área de produção, tendo o local somente para a produção orgânica, residindo em outras áreas no próprio município de localização de propriedade rural, conforme pode ser observado na Figura 21.

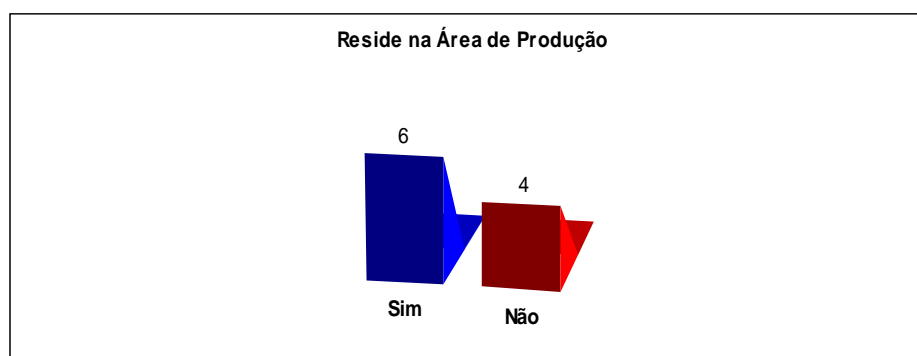


Figura 21: Localização da residência dos feirantes entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

4.3.1.2 Aspectos Fundiários

Apresentando os resultados da pesquisa de campo, no que tange a área total da propriedade, a maioria concentra-se entre 2,5 a 5,0 hectares, ou seja, 05 (cinco) propriedades equivalendo a (50%). 02 (duas) propriedades entre 7,5 a 10,00 hectares, perfazendo (20%). 01 (uma) propriedade entre 1,00 a 2,50 hectares, 01 (uma) entre 5,0 a 7,5 hectares e 01 (uma) acima de 10 hectares, respectivamente correspondendo a (10 %), conforme pode ser observado no Quadro 10.

Quadro 10: Área total da propriedade, a área utilizada para o cultivo e a % de área cultivada, referente a cada feirante entrevistado.

Feirante Entrevistado	Área Total da Propriedade (ha)*	Área Utilizada para o Cultivo (ha)*	Área Cultivada (%)
A	4,25	3,25	77
B	3,50	3,50	100
C	10,00	3,00	30
D	3,00	2,50	83
E	5,60	5,60	100
F	4,25	2,125	50
G	170,00	16,00	9,40
H	1,50	1,50	100
I	10,00	2,00	20
J	5,00	5,00	100

Fonte: Autor, 2017.

* Hectares.

Analisando a área destinada para as atividades agropecuárias, observa-se que 03 (três) produtores localizados nos municípios de Seropédica, Queimados e Petrópolis (Brejal) praticam suas atividades em (100%) da área. As demais propriedades reservam uma fração para preservação e incremento da diversidade biológica dos ecossistemas naturais, o uso saudável do solo, da água e do ar, entre outros.

Quando questionados quais são os produtos cultivados/produzidos/processados, os feirantes entrevistados apresentaram um “leque” vasto e variado, conforme pode ser observado no Quadro 11.

Quadro 11: Relação dos produtos agropecuários cultivados/produzidos/processados por cada feirante entrevistado.

Feirante Entrevistado	Produtos Agropecuários Cultivados/Produzidos
-----------------------	--

A	Abóbora, Aipim, Banana, Batata Doce, Berinjela, Beterraba, Brócolis, Capim Limão, Cebola, Cebolinha, Couve, Couve-Crespa, Couve-Mineira, Espinafre, Feijão (Fradinho, Caupi, Comum, De Corda, Vagem), Jaca, Jiló, Limão, Mamão, Mandioca, Manjerição, Maracujá, Maxixe, Milho, Mostarda, Quiabo, Salsa, Serralha, Tomate.
B	Abóbora, Banana, Jaca, Limão, Manga, Moni, Quiabo, Tomate.
C	Abóbora, Aipim, Banana, Batata Doce, Berinjela, Beterraba, Brócolis, Couve, Couve-Crespa, Couve-Mineira, Espinafre, Feijão Comum, Jaca, Jiló, Limão, Mamão, Mandioca, Manjerição, Maracujá, Maxixe, Milho, Mostarda, Quiabo, Salsa, Serralha, Tomate.
D	Abacate, Aipim, Banana Prata, Batata Doce, Bertalha, Cebola, Coco Verde, Feijão, Inhame, Laranja Seleta, Lima da Pérsia, Limão, Mamão, Maxixe, Quiabo, Rúcula.
E	Alface, Amora, Boldo, Capim Limão, Cebolinha, Couve, Erva Cidreira, Manjerição, Melissa, Plantas Alimentícias Não Convencionais, Salsa.
F	Abobrinha, Acelga, Aipo, Alface, Alfavaca, Alho Porró, Amendoim, Beterraba, Bertalha, Brócolis, Capim Limão, Cebola, Cebolinha, Cenoura, Chicória, Coentro, Couve, Ervilha, Espinafre, Feijão (vagem e feijão verde), Frango, Funcho, Limão, Manjerição, Milho, Mostarda, Nabo, Orégano, Ovos, Rabanete, Repolho, Rúcula, Salsa, Salsão.
G	Aipim, Alface, Alho, Capim Limão, Doce (Banana, Figo, Goiaba, Laranja), Feijão Comum, Figo, Funcho, Goiaba, Inhame, Jaca, Mandioca, Mel, Palmito Pupunha, Pêssego, Pimenta.
H	Acerola, Alface, Aipim, Batata Doce Biofortificada, Coco Bahia, Inhame, Palmito Pupunha.
I	Abóbora, Acerola, Alface, Banana, Capim Limão, Jabuticaba, Jaca, Laranja, Limão Galego, Quiabo.
J	Abobrinha, Acelga, Alface, Alho, Aipo, Amendoim, Bertalha, Brócolis, Beterraba, Cenoura, Chicória, Couve, Ervilha, Espinafre, Milho, Mostarda, Nabo, Rabanete, Repolho, Rúcula, Salsão.

Fonte: Autor, 2017.

Avaliando os produtos produzidos cultivados/produzidos/processados por cada feirante entrevistado, podemos concluir que 100% cultivam alguma espécie de hortaliças folhosas e frutíferas, 02 (dois) produtores processam produtos de origem animal, equivalendo (20%), e somente 01 (um) produtor efetua o processamento de produtos vegetais, ou seja, (10%).

Vale ressaltar, que todos os feirantes entrevistados não praticam a monocultura, e quando questionados sobre os motivos foram unânimes na resposta – “os fregueses pedem variedades de produtos”.

Focando o questionamento sobre as condições legais da propriedade, 05 (cinco) feirantes entrevistados, o que equivale a (50%) responderam que são assentados da reforma agrária no município de Seropédica, 04 (quatro) possuem o título da propriedade equivalendo

a (40%) e somente 01 (um) o que corresponde a (10%) informou que é arrendatário, conforme pode ser evidenciado na Figura 22.

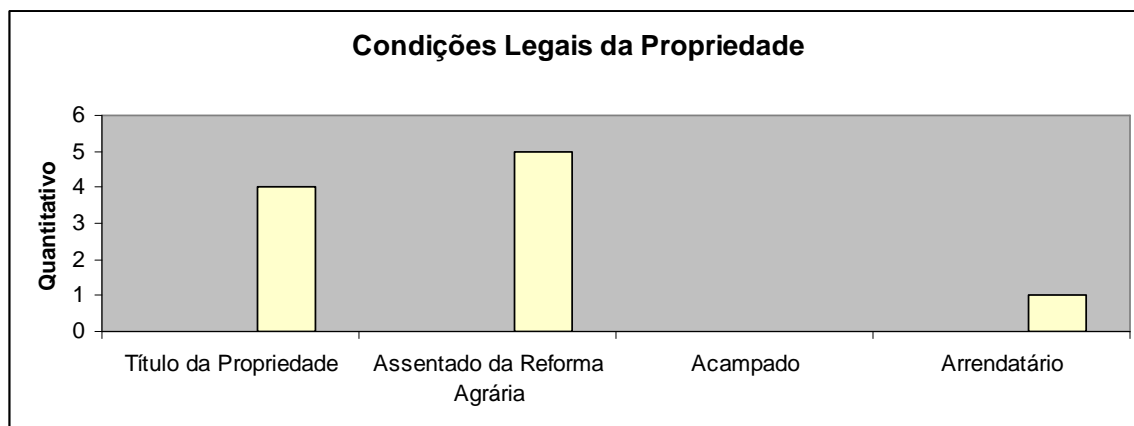


Figura 22: Condições legais da propriedade dos entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

4.3.1.3 Aspectos Econômicos

Adentrando nos aspectos econômicos, perguntamos a eles se a feira livre era sua única fonte de receita. Dos 10 (dez) feirantes entrevistados, apenas um respondeu que tinha na Feira Cultural e Orgânica da Glória sua única fonte de renda. Os outros 09 (nove) entrevistados responderam que exerciam outras atividades, como por exemplo, camelô, consultor, diarista, descritas no Quadro 12.

Quadro 12: Demais pontos de comercialização declarados por cada feirante entrevistado.

Feirante Entrevistado	Outros Pontos de Comercialização Declarados
A	Supermercados e indústrias de transformação de alimentos.
B	No município de Nova Iguaçu.
C	Exclusivamente na Feira Cultural e Orgânica da Glória.
D	Quando possui excedente de produção, comercializa no Posto de Comercialização do Colégio da Universidade Rural.
E	Na Feira da Agricultura Familiar realizada dentro do Pavilhão Central da UFRRJ.
F	Nas feiras do CCFO localizada nos Parque das Rosas e na Praça do Ó.
G	Nas feiras do CCFO localizadas no Jardim Botânico e Bairro Peixoto, em algumas casas especializadas na cidade do Rio de Janeiro e no estado do Paraná.
H	Na Rede Ecológica (grupos de consumidores que realizam compras coletivas diretamente de pequenos produtores agroecológicos/orgânicos).
I	No município de Nova Iguaçu.

J	No município do Rio de Janeiro e em feiras variadas.
---	--

Fonte: Autor, 2017.

Cabe destacar que, o excedente dos pontos de comercialização são aproveitados pelas famílias, doados aos vizinhos ou direcionados para alimentação dos animais.

Quando perguntamos se a família vive exclusivamente da renda gerada com a comercialização dos produtos na Feira Cultural e Orgânica da Glória, somente um feirante respondeu que sim, os demais possuem outras fontes de renda, como por exemplo: prestação de assessoria técnica especializada, desenvolve atividades (empregada doméstica, pedreiro, caseiro), em outras propriedades ou residências ou dependente do sistema de seguridade social nacional (aposentado).

Outra estratégia adotada pelos feirantes é a agregação de valor ao produto, através da utilização da mão de obra familiar disponível para o beneficiamento dos produtos, tais como descascar a mandioca, debulhar vagens, preparação de *kit* de plantas medicinais e condimentares e a comercialização de temperos em vasos, atendendo as necessidades de uma sociedade moderna, em que pese o reduzido tempo de que as pessoas dispõem para desempenhar outras atividades, facilitando a vida do consumidor, como revela o depoimento abaixo transcrito:

As meninas chegam da escola, aí ajuda a descascar a mandioca e a ajeitar os vasilhinhos de temperos. Nós somos acostumados, é trabalhoso, mas o freguês leva pronto. O pessoal da cidade moço igual a você não tem tempo para essas coisas que o povo da roça faz. E vocês pagam. Todos ficamos satisfeitos (risos).

Fonte: Feirante E entrevistado.

4.3.1.4 O Entrelace do Feirante com a Feira Cultural e Orgânica da Glória

Visando conhecer o tempo de participação dos feirantes, cujas respostas estão apresentadas no Quadro 13, verificou-se que 30% dos feirantes entrevistados estão de 0 a 5 anos e 10 a 15, 20% dos feirantes entrevistados estão de 5 a 10 anos e 10 % possuem respectivamente de 15 a 20 anos e 20 a 25 anos entrelaçados com a Feira Cultural e Orgânica da Glória comercializando seus próprios produtos e de parceiros. Advertimos que a referida feira, completa no ano de 2017, 23 (vinte e três) anos de existência.

Quadro 13: Tempo de participação dos feirantes entrevistados.

Feirante Entrevistado	Tempo de participação na Feira Cultural e Orgânica da Glória (anos)
A	07

B	02
C	17
D	12
E	06
F	12
G	15
H	04
I	23
J	1,5

Fonte: Autor, 2017.

Quando questionamos quanto aos seguintes aspectos: Item 4.2 O que comercializa na Feira (descrever todos os produtos)? 4.3 Comercializa exclusivamente próprios produtos (oriundos da área de produção)? Caso a resposta do Item 4.3 seja NEGATIVA. Quais os produtos comercializados? Caso a resposta do Item 4.3 seja NEGATIVA. Qual a origem dos produtos comercializados? As respostas remeteram ao entrevistador como algo “pactuado”, pois o conteúdo foi unânime, sendo transcrito a seguir:

Não comercializo somente o que produzo na minha terra, pois como participamos de grupos, trago mercadorias dos meus companheiros, e quando tenho uma maior quantidade de um produto, trocamos mercadorias. Todos confiam um ao outro. Aqui é uma troca além de chegar na barraca ao lado e pedir ... fulano troca essa nota de R\$ 20,00 por 02 de R\$ 10,00. Moço, a gente só comercializa produtos certificados como orgânico, não podemos comercializa um produto que não seja orgânico como orgânico. O Ministério da Agricultura está pegando (silêncio por alguns segundos). Um grupo está proibido de vender como orgânico. Uma pena, porque pode complicar a venda de todos os companheiros. É triste. Com a voz embargada desce algumas lágrimas ... aí um dos entrevistados encerra dizendo “ a feira era cheia, depois dessa blitz do Ministério da Agricultura, a feira ficou vazia”.

Como podemos evidenciar diante dos relatos transcritos acima, a relação de confiança entre feirantes é marcante.

Para Fukuyama (1996), a confiança nasce no seio da comunidade pela honestidade, união, cooperativismo, comportamento estável e constante de cada membro que compõe essa comunidade conforme os seus valores, sejam religiosos, padrões profissionais e código de comportamento.

Já Locke (2003) define a confiança em duas correntes: a primeira está relacionada com a parte sociológica, que diz que a confiança é um comportamento de longo prazo, que envolve associativismo, valores éticos, profissionais e extra familiares. A segunda corrente trata da parte econômica que lida mais com o ego do homem, quando há interesses próprios, como a procura de benefícios em longo prazo. Ainda segundo o autor, confiança é acreditar no outro quando dada uma chance e que a mesma depende da situação, da relação entre dois ou mais atores num contexto ou relacionamento particular.

A confiança se torna necessária em situações de riscos ou incertezas (LUHMANN, 1988).

A aglutinação e comunhão sob algumas lonas de produtos diversos comercializados na Feira Cultural e Orgânica da Glória remetem a um compromisso mútuo, fortalecendo e firmando laços de reciprocidade, o que segundo Godoy (2005), configura numa espécie de “rede social”, visto que caracterizam “sistemas organizacionais capazes de reunir indivíduos e instituições, de forma democrática e participativa, em torno de objetivos e/ou temáticas comuns”.

Já Amaral (2004, p. 12) aponta para o surgimento de redes sociais por possuírem um conjunto de canais de circulação de informação, conhecimento e valores, traduzidos em sistemas simbólicos proporcionando a aproximação e a troca de saberes, não apenas entre o rural-urbano, mas, sobretudo, do próprio rural.

As permutas de produtos ultrapassam simplesmente um ato de troca de produtos, pois sedimenta o espaço como troca de saberes entre os próprios produtores, mesmo que estes estejam afastados por diferentes territórios geográficos.

4.3.1.5 O Entrelace com a Conformidade Orgânica

Com o objetivo de identificar qual (is) o (s) mecanismo (s) de avaliação da conformidade os feirantes entrevistados estão atrelados, formulamos uma pergunta fechada, onde inquirimos qual o tipo de mecanismo, a entidade responsável e o tempo que está acoplado. Pelos dados apresentados no Quadro 14, verificamos que todos os feirantes entrevistados são membros do SPG da ABIO. Quanto ao tempo de adesão, 50% possui mais de uma década e o restante com no mínimo 01 (um) ano e no máximo 08 (oito) anos.

Quadro 14: Mecanismo de avaliação da conformidade orgânica, a entidade responsável e o tempo de adesão por feirante entrevistado.

Feirante Entrevistado	Mecanismo de Avaliação da Conformidade Orgânica Entidade Responsável	Tempo de Adesão (Ano)
A	SPG ABIO	07
B		01
C		07
D		08
E		08
F		10
G		11

H		12
I		13
J		11

Fonte: Autor, 2017.

Visando aferir a identificação dos grupos de associados assim como os respectivos quantitativos, percebe-se mediante as respostas obtidas, que, 06 feirantes entrevistados pertencem ao grupo de Seropédica, 02 (dois) feirantes entrevistados ao grupo do Brejal, 01 (um) ao grupo de Nova Friburgo e 01 (um) ao grupo Guapimirim da ABIO respectivamente, conforme pode ser evidenciado na Figura 23.

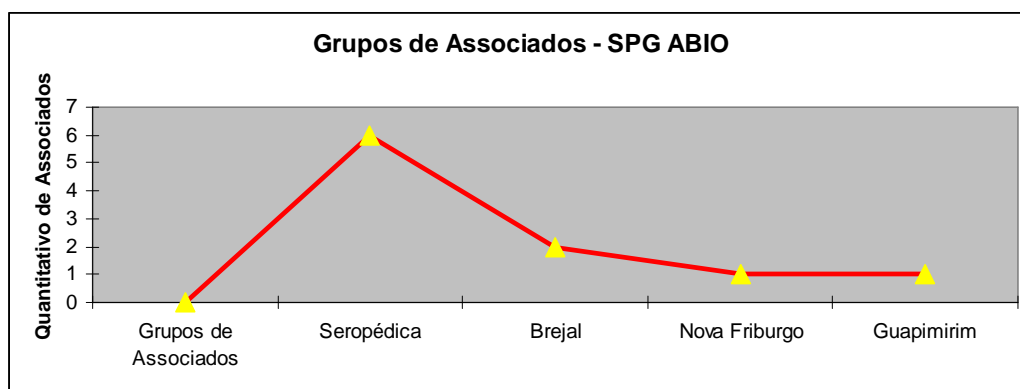


Figura 23: Localização dos grupos de associados (SPG ABIO).

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

A produção orgânica não se constitui numa atividade simples e fácil, a sua construção é complexa e dependente de inúmeras variáveis, sendo favorecida, a partir do entendimento dentro de uma coletividade, contemplando os aspectos econômicos, sociais, ambientais e culturais.

Apresentamos na Figura 24, o levantamento do tempo que cada feirante entrevistado está inserido na atividade da produção orgânica.

Observa-se que 06 feirantes, equivalente a 60% estão no mínimo a 20 anos na produção orgânica, 03 feirantes equivalente a (30%) estão de 08 a 10 anos e somente 01 feirante correspondendo a (10%) possui 40 anos na atividade da produção orgânica.

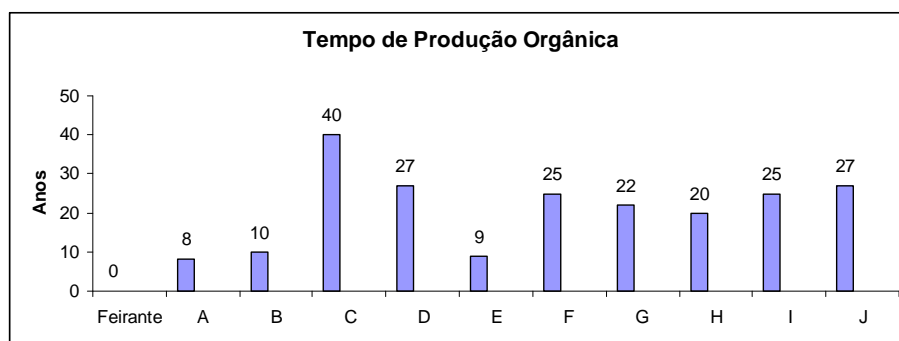


Figura 24: Tempo do feirante entrevistado na atividade da produção orgânica.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

Na Figura 24, constata-se que os feirantes entrevistados estão inseridos na produção orgânica a bastante tempo, sendo assim quando inquirimos sobre o por quê da produção orgânica as respostas são diversas, no qual transcrevo a seguir:

Feirante A: *Demanda de mercado e filosofia de vida;*
 Feirante B: *Saúde para o planeta Terra;*
 Feirante C: *Não gasto dinheiro com veneno, adubo químico. Meu lucro é maior;*
 Feirante D: *Saúde para a população, lavoura sem veneno e remédio;*
 Feirante E: *Saúde tanto para o produtor quanto para o consumidor. É uma forma de vida procuro. Não estou em busca de lucro, pois quando procuramos somente o lucro fazemos besteira na vida;*
 Feirante F: *É uma mistura de raiz da família, sensibilidade com a saúde dos clientes e do produtor. Qualidade de vida para todos;*
 Feirante G: *Estilo de vida integrado com a natureza (neorural);*
 Feirante H: *Ideologia de vida e relacionar produção agrícola com a conservação da natureza;*
 Feirante I: *Mais vida;*
 Feirante J: *Influência da esposa em prol de qualidade de vida e harmonia com a natureza.*

Finalizando esta seção, apresentando as formas que os feirantes entrevistados asseguram aos consumidores, a conformidade dos produtos comercializados perante a legislação brasileira vigente para a produção orgânica.

Dos 10 (dez) feirantes entrevistados, todos possuíam no ato da pesquisa de campo o certificado de conformidade orgânica dentro do período de validade, conforme pode ser evidenciado na Figura 25.



Figura 25: Certificado de conformidade orgânica.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

4.3.2 O Consumidor

Da mesma forma que na seção anterior, iremos dedicar as seções seguintes à análise das entrevistas realizadas com 10 (dez) consumidores da Feira Cultural e Orgânica da Glória.

Ao abordar um entrevistado possível, o pesquisador tinha uma árdua tarefa, controlar o tempo, uma vez que após o fazer a feira, as entrevistas foram para além de uma entrevista e sim um bom bate-papo, por hora apreciando um café, por hora uma água de coco orgânico.

4.3.2.1 Informações Pessoais

Os dados da Figura 26 indicam que a maioria de consumidores entrevistados encontram-se inseridos na faixa etária de 40 a 60 anos, correspondendo a 05 (cinco) entrevistados, o que equivale a 50%, ou seja, é na referida faixa etária que concentra-se a maior parcela da população com melhor poder aquisitivo, visto ter uma estabilidade profissional e uma carreira consolidada.

Segundo Coltro (2006), o consumidor de alimentos orgânicos reconhece o valor agregado deste produto e está disposto a pagar a mais para consumi-lo. Já Krischke e Tomiello (2009), abordando a variável preço, contudo considerando a renda do consumidor de alimentos orgânicos, verificaram que este tipo de consumidor possui poder aquisitivo acima da média nacional – 45,1% dos consumidores de orgânico têm renda acima de (12) doze salários mínimos ao mês.

Já 04 (quatro) entrevistados, encontravam-se na faixa etária de 60 a 80 anos, equivalendo a 40%, e de 10% na faixa etária de 20 a 40 anos, correspondendo a 01 (um) entrevistado.

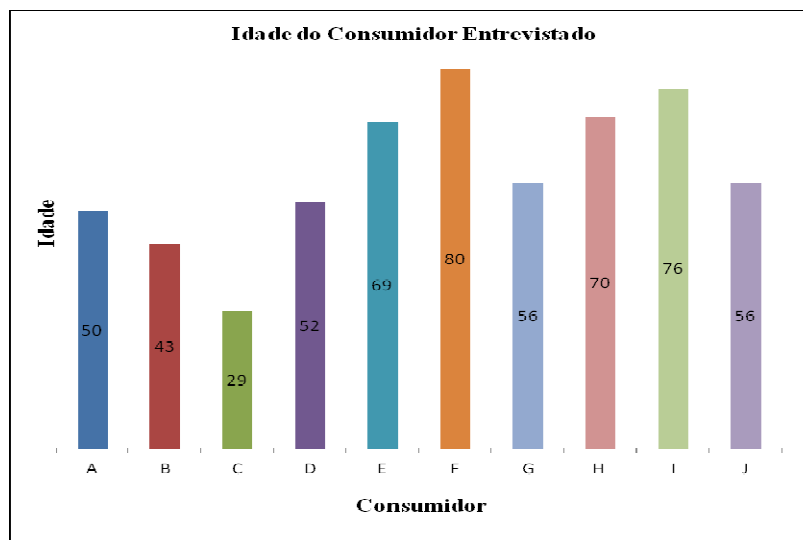


Figura 26: Idade dos consumidores entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

Quanto à profissão dos consumidores entrevistados, 03 (três) o que equivale a (30%) são professores, os demais se dividem instrumentação cirúrgica, agente de viagem, do lar, escrivão, massoterapeuta, contabilidade e economia, ambos correspondendo a (10%), conforme retratado na Figura 27.

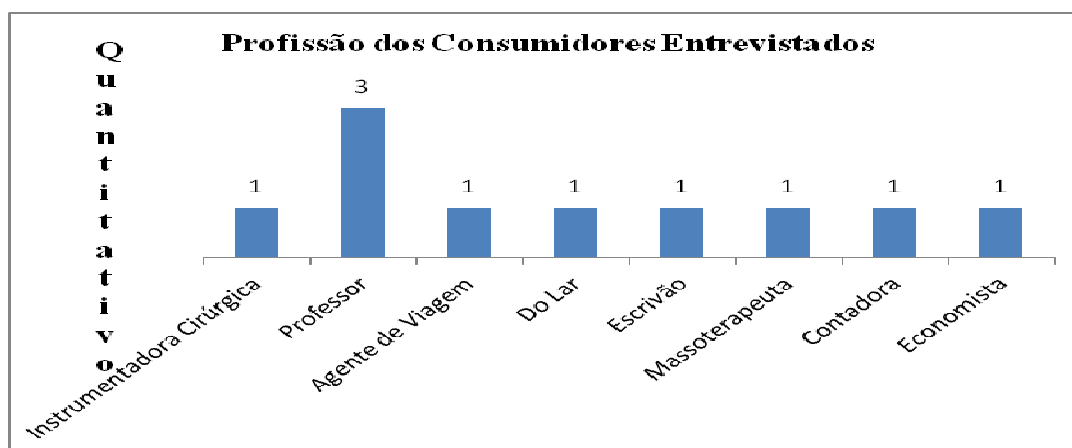


Figura 27: Profissão dos consumidores entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

Visando aferir o bairro ou o município de residência dos consumidores entrevistados, observa-se que além do município do Rio de Janeiro, identificamos consumidores que residem nos municípios de Niterói e Paracambi. Quanto ao bairro de residência com maior quantitativo de consumidores entrevistados destaca-se o bairro da Glória com 02 (dois) moradores, seguidos pelo Flamengo, Grajaú, Tijuca, São Cristovão, Lagoa e Santa Teresa,

com 01 (um) consumidor cada. Dos 07 (sete) bairros identificados, 04 (quatro) possuem feiras inseridas no CCFO (Flamengo, Grajaú, Tijuca e Lagoa), conforme retratado na Figura 28.

O município de Niterói possui 01 (uma) feira orgânica cuja organização gestora é a ABIO.



Figura 28: Bairro ou município de residência dos consumidores entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

4.3.2.2 O Consumidor e a Feira Cultural e Orgânica da Glória

Quando questionamos ao consumidor entrevistado: 2.1 Como descobriu a Feira? O pesquisador optou-se por transcrever os relatos, conforme a seguir:

Consumidor A: *Em virtude de ser vegana e vegetariana, fez uma busca na internet e descobriu a feira. A feira orgânica da Glória representa e é a essência no meu hábito de viver;*

Consumidor B: *Foi uma recomendação de terceiros numa roda de conversa;*

Consumidor C: *Através da companheira;*

Consumidor D: *Via uma amiga que é vegana;*

Consumidor E: *Entrevista da Cristina Ribeiro - ABIO;*

Consumidor F: *Quando residiu no bairro Flamengo;*

Consumidor G: *Em virtude da divulgação e após residir no bairro da Glória, começou a trabalhar como terapeuta na mesma praça onde é realizada a Feira Orgânica;*

Consumidor H: *Casualmente, após sair de uma missa na Igreja do Outeiro da Glória; Na baixada não temos nenhuma feira orgânica;*

Consumidor I: *Através do Sr. Helder que foi gestor da Feira da Glória;*

Consumidor J: *Retornando da escola do filho que tinha aulas aos sábados no Colégio São Bento.*

São diversas as “formas” de descobertas da Feira, porém para todos os consumidores entrevistados, a Feira Cultural e Orgânica da Glória foi para além de descobrir algo e sim conhecer um “lugar” baseado nas trocas e benefícios mútuos entre os diversos agentes

envolvidos, viabilizando novos modelos, conceitos e práticas, no qual se difundem através do que a ciência convencionou a chamar de redes.

Para Tilly (2004), as redes sociais constituem um dos mais importantes aspectos das estruturas de mobilização que, conectando indivíduos e organizações, definem e influenciam o comportamento dos atores e apontam novas oportunidades. Para Melucci (1996), a configuração das redes constitui um importante elemento para compreender os processos de mobilização, já que nessas estruturas os indivíduos interagem, se influenciam mutuamente e desenvolvem negociações visando a produzir os esquemas cognitivos e motivacionais para a ação coletiva. Para esse autor, o potencial de mobilização decorre de um conjunto de relações sociais e de uma percepção interativa e negociada das oportunidades e vínculos, comuns a certo número de indivíduos.

A relação consumidor e a Feira Cultural e Orgânica da Glória configura-se por meio das diversificadas dinâmicas, erguendo através de rede educativa, de sociabilidades e culturas, vivenciadas por diversos sujeitos sociais no âmbito do território construído. Os laços de identificação são positivos, visto que os consumidores entrevistados se consideram membros de uma entidade comum, que no caso desta pesquisa é a Feira Cultural e Orgânica da Glória (SIMMEL, 1955).

Ao perguntar a quanto tempo o consumidor frequenta a Feira Cultural e Orgânica da Glória, observa-se que 30% dos consumidores declararam frequentar a feira de 01 a 05 anos e 10 a 15 anos, enquanto 20% de 15 a 20 anos. Os demais períodos (a menos de 01 ano e de 05 a 10 anos) correspondem a 10% dos consumidores entrevistados, conforme pode ser observado no Quadro 15.

Quadro 15: Período que os consumidores entrevistados frequentam a Feira.

A quanto tempo frequenta a Feira (anos, meses ou dias)	Número de Consumidores	% de Consumidores
< 1 ano	01	10
1 a 5 anos	03	30
5 a 10 anos	01	10
10 a 15 anos	03	30
15 a 20 anos	02	20

Fonte: Autor, 2017.

De modo a verificar se o consumidor entrevistado frequenta exclusivamente a Feira Cultural e Orgânica da Glória, identificamos que 03 (três) consumidores frequentam somente a Feira, o que equivale a 30% dos entrevistados. 07 (sete) correspondendo a 70% dos entrevistados responderam que não frequentam exclusivamente a Feira, porém 01 (um)

consumidor respondeu que somente frequenta a Feira Cultural e Orgânica da Glória, para aquisição de produtos orgânicos e 01 (um) consumidor, equivalendo (10%) informou que frequenta somente feiras inserida no CCFO, conforme quadro a seguir:

Quadro 16: Resultado ao questionamento realizado junto aos consumidores entrevistados, quanto frequentar exclusivamente a Feira Cultural e Orgânica da Glória.

Consumidor Entrevistado	Frequenta <u>exclusivamente</u> a Feira Cultural e Orgânica da Glória	Observações
A	Sim	-
B	Sim	-
C	Não	Não, outras feiras convencionais dos bairros da Glória e do Catete.
D	Sim	-
E	Não	Outras feiras convencionais do bairro da Tijuca.
F	Não	Não outras feiras do município do Rio de Janeiro.
G	Não	-
H	Não	Outras feiras convencionais, mas feira orgânica somente a da Glória.
I	Não	Outras feiras convencionais do bairro do Grajaú.
J	Não	Frequento a feira da Praça José de Alencar no bairro do Flamengo inserida no CCFO.

Fonte: Autor, 2017.

Visando descobrir o porquê de frequentar a Feira Cultural e Orgânica da Glória pesquisador optou-se por transcrever os relatos, conforme a seguir:

Consumidor A: *Proximidade com a residência;*

Consumidor B: *Proximidade e credibilidade;*

Consumidor C: *Boa qualidade dos produtos e no atendimento;*

Consumidor D: *Em virtude da variedade de produtos e da receptividade de todos os sábados que a feira proporciona;*

Consumidor E: *Qualidade e proximidade; É uma feira central em pleno Rio de Janeiro. Vim a Feira causa um saudosimo da época que eu vivia em Minas Gerais. Aqui eu conheço os feirantes pelo nome;*

Consumidor F: *Laços de afetividades gerados e mantidos;*

Consumidor G: *É uma feira diferente, aqui compro produtos naturais, como minha tapioca e participo de atividades culturais. É o meu programa de final de semana. Além de trabalhar na praça;*

Consumidor H: *Acessibilidade, próximo Central do Brasil. Moço eu pego e metrô na Central e em 10 minutos estou na Feira da Glória.*

Consumidor I: *Foi um bebê que vi nascer. Tenho um apego por essa feira. Lágrimas surgiram.*

Consumidor J: *É a mais completa, estou de folga.*

4.3.2.3 O Consumidor e o Feirante

Tendo em vista a intenção de conhecer quais são os produtos que os clientes priorizam na Feira Cultural e Orgânica da Glória, solicitamos que os consumidores entrevistados elencassem os produtos adquiridos sistematicamente. 10 (dez) consumidores entrevistados o que equivale a (100%) vão a Feira para adquirir produtos vegetais *in natura*. Além dos produtos de origem vegetal, alguns consumidores entrevistados compram produtos alimentícios processados como, por exemplo, bolos e temperos, e somente 01 (um) consumidor adquire cosméticos, conforme retratado na Figura 29.

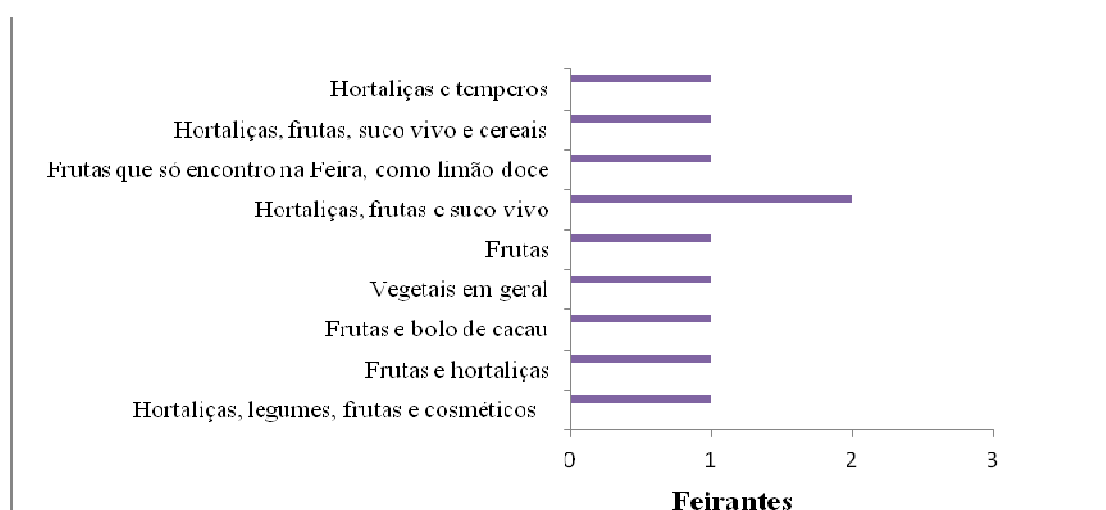


Figura 29: Produtos adquiridos pelos consumidores entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

Verifica-se, em termos gerais, que a fidelidade ao feirante por parte do consumidor entrevistado deve-se principalmente em função da importância que o consumidor confere a qualidade, além de outros atributos como: conhecer a procedência, confiança adquirida na relação, frescor, garantia oferecida ao produto e variedades de produtos. Esta relação se justifica analisando a Figura 30, onde fica evidenciado que 08 (oito) consumidores entrevistados o que equivale a (80%) fideliza algum feirante, já 20% dos consumidores não se dizem fiéis aos feirantes.

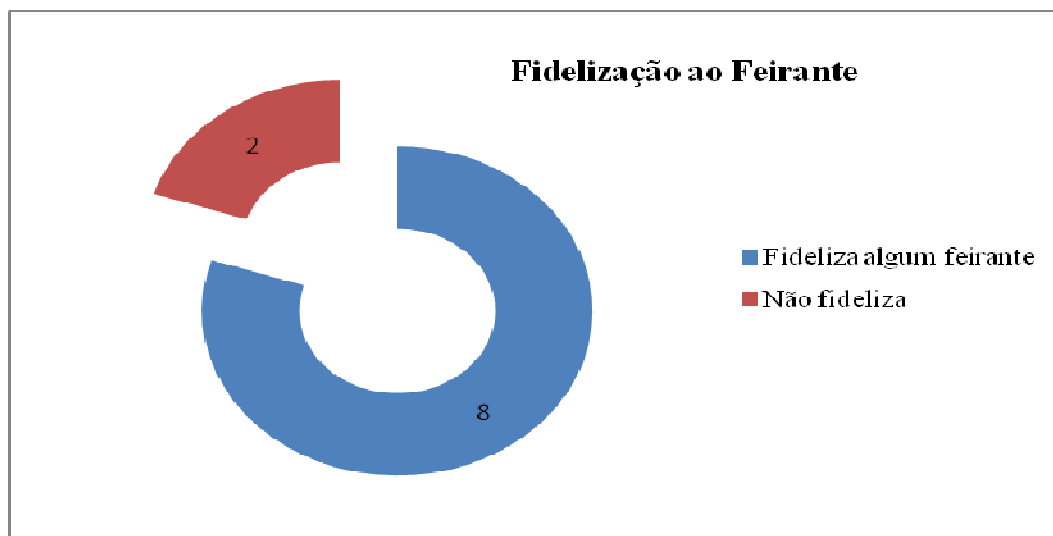


Figura 30: Fidelização dos feirantes por parte dos consumidores entrevistados.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa de campo. Rio de Janeiro, RJ. Dez.2016 a Fev.2017.

4.3.2.4 O Consumidor e a Conformidade Orgânica

Com o objetivo de verificar o porquê de adquirir produtos orgânicos, os consumidores entrevistados, inúmeros atributos, nos quais serão transcritos a seguir:

- Consumidor A: *Qualidade de vida e estilo de vida;*
- Consumidor B: *Educação alimentar da filha que possui 02 (dois) anos;*
- Consumidor C: *Puro e simplesmente em virtude da saúde;*
- Consumidor D: *Um produto saudável;*
- Consumidor E: *Sem veneno, sem agrotóxico, pois o produto com química faz mal;*
- Consumidor F: *Por causa da saúde;*
- Consumidor G: *Saudável, bem mais;*
- Consumidor H: *Qualidade de vida;*
- Consumidor I: *Porque não mata a identidade de um produto;*
- Consumidor J: *Por motivo de prevenir e manter a saúde.*

Alguns pesquisadores buscaram identificar as motivações das escolhas dos consumidores por alimentos orgânicos. Os autores Krischke e Tomiello (2009) chegaram à conclusão de que os consumidores optam pelo alimento orgânico em virtude das seguintes características: vida saudável; qualidade de vida; confiança na marca e qualidade do produto e que o alimento orgânico está inserido em uma rede de símbolos na qual a alimentação faz parte. Já Archanjo, Brito e Sauerbeck (2001), Ceschim e Marchetti (2009) e Rucinski e Brandenburg (2002), desenvolveram pesquisas estudando o perfil dos consumidores de alimentos orgânicos, e dentre algumas conclusões destacam-se que o consumidor de alimento orgânico valoriza o meio ambiente natural.

Ao abordar o entendimento do consumidor perante aos 03 (três) os mecanismos de avaliação da conformidade orgânica (certificação, controle social ou sistema participativo da garantia), todos os 10 (dez) consumidores entrevistados equivalendo a 100% da amostra desconhece todos os mecanismos de avaliação da conformidade orgânica, ou seja, protege os consumidores contra fraudes comerciais.

Quando indagamos sobre a seguinte questão: 4.3 Como avalia uma relação de proximidade com o feirante, ou seja, ter acesso ao local de produção? Optamos por transcrever as observações, conforme a seguir:

Consumidor A: *Sim, mas em virtude do tempo talvez não seria possível;*
Consumidor B: *É o que mais deseja para sedimentar a credibilidade;*
Consumidor C: *Essencial;*
Consumidor D: *Ainda distante, porém queria que fosse melhor;*
Consumidor E: *Já visitou um feirante na região do Brejal e achou que essa possibilidade deve ser amplamente divulgada;*
Consumidor F: *Gostaria de visitar, mas não senti abertura para tal;*
Consumidor G: *Avalia que seria oportuno, mas em virtude do trabalho acha complicado;*
Consumidor H: *Seria ótimo conhecer e aprender técnicas de cultivo;*
Consumidor I: *Possui interesse, mas não senti abertura por parte dos feirantes;*
Consumidor J: *Pode ser uma iniciativa interessante, incluíse um turismo rural com direito a hospedagem.*

Ao questionar os consumidores entrevistados sobre as percepções do meio rural, os adjetivos predominantes foram para caracterizar o campo num viés idílico, romantizado, um espaço de tranquilidade, um lugar de descanso, calma e monotonia, e que ao adentrar a Feira Cultural e Orgânica, estas percepções afloram.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sem ter a pretensão de esgotar o assunto, chegamos a algumas considerações no decorrer desta pesquisa.

As literaturas nas quais está alicerçada esta pesquisa trilhou o entendimento para além do universo da Feira Cultural e Orgânica da Glória proporcionando a ligação entre o referencial teórico e a imersão durante a pesquisa de campo.

Diversos campos das ciências fixam o olhar sobre as inúmeras formas de representação, possuindo a paisagem como uma delas. A concepção de uma determinada paisagem pode ser interpretada através dos diferentes tipos de símbolos contidos no espaço, tais como: símbolos históricos, símbolos naturais, símbolos religiosos, entre outros, podendo ser utilizados na busca pelo entendimento da dinâmica sócio-espacial de um local específico.

A própria cidade é o conjunto de símbolos contribuindo para e na formação de ideias sobre uma determinada cidade, tendo as paisagens papéis relevantes sobre a imagem da cidade.

Na cidade do Rio de Janeiro a presença de elementos naturais, como montanha, planície, floresta e o mar, são elementos que deram e continuam conferindo reconhecimento nacional e internacional a referida cidade desde o momento do seu descobrimento e ao longo dos seus 452 anos de fundação. Em virtude da relação da sociedade com o seu ambiente, no ano de 2012, a cidade do Rio de Janeiro torna a primeira grande cidade do mundo inscrita na lista do patrimônio mundial da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) como paisagem cultural do patrimônio mundial, uma categoria criada no ano de 1992 para o reconhecimento da relação entre sociedade e natureza no qual apresentam caráter marcante e de valor universal extraordinário.

Como percepção de um determinado espaço tem a paisagem, que podemos perceber através dos seus cheiros, sons, sabores e aspectos externos. Uma paisagem agrícola pode ser retratada pelos campos e quintais cultivados, pelos canais de irrigação e de drenagem, entre outras, seja reconhecida pelo poder público local ou não. A cidade do Rio de Janeiro atualmente é considerada “inteiramente como urbana” apesar de ter a produção de aipim da terra preta de Santa Cruz, o caqui de Pedra Branca, a banana de Vargem Grande, além das flores de Piabas, são alguns sabores produzidos na cidade que apesar de não ter o reconhecimento legal das esferas governamentais contribuem para a paisagem agrícola carioca.

Dentre os atributos de uma feira livre, destaca-se o elo entre campo e cidade, no qual uma determinada paisagem agrícola é exposta e ofertada para um público variado. A Feira Ecológica e Cultural atualmente Feira Cultural e Orgânica da Glória estabelecida a 23 anos contribui para o reconhecimento da paisagem agrícola carioca, podendo ser entendida e compreendida para além de um local de comercialização de gêneros alimentícios, e sim um território movido por relações políticas, filosóficas e afetivas, onde em cada edição as relações são editadas e edificadas através dos estilos de vida, valores, anseios, diante de uma mesma arena. A Feira Cultural e Orgânica da Glória é uma porta de entrada para conhecer a dimensão agrícola da cidade do Rio de Janeiro, pois é a feira mais antiga no que concerne a comercialização e a conexão do feirante com consumidor conectando-os através da produção orgânica.

Constatamos pelos discursos, pelas evidências obtidas seja do feirante e/ou do consumidor, a existência de uma proximidade afetiva para além do simples ato de fazer a feira, pois muitos consumidores e feirantes reconhecem e clamam uns aos outros pelos seus

nomes, inclusive apelidos, sabem dos hábitos e apreços de consumo, sugerem receitas, orientações de cultivo e de manejo de temperos, hortaliças e flores, recomendam o uso de plantas medicinais, há escambo de livros, objetos pessoais.

Do total de consumidores entrevistados, 80% dos consumidores entrevistados equivalendo ao montante de 08 (oito) entrevistas realizadas fidelizam algum feirante. Este fato ocorre devido a presença sistemática dos mesmos feirantes a cada edição da feira, o que gera e contribui para a sensação de segurança e confiança na qualidade e no tipo de produto ofertado, sedimentando a relação consumidor e feirante.

A Feira Cultural e Orgânica da Glória pode ser caracterizada para alguns como um local de passeio e entretenimento, e para os consumidores entrevistados simboliza muito mais que um ato de aquisição de produtos orgânicos, mas um espaço de sociabilidade, possibilitando a reprodução social através da aquisição de novos saberes e experiências vividas pelo outro, no qual o consumidor, trazendo o seu saber urbano para trocar com o feirante ou vice-versa, enquanto este oferece um saber adquirido no contato com a natureza e na dinâmica dos processos naturais de produção e reprodução.

Por estar inserida dentro de um circuito curto de comercialização, o processo de negociação entre feirante e consumidor na Feira Cultural e Orgânica da Glória, são permeadas por elementos simbólicos e sociabilidades cumprindo papel relevante para o abastecimento local de alimentos.

Através das vivências, dos sentidos e das observações colhidas durante a pesquisa de campo, a Feira Cultural e Orgânica da Glória caracteriza-se como espaço construído socialmente, privilegiando aos atores envolvidos um “núcleo” de interlocuções e troca de saberes, na região central de uma metrópole latino americana. Tal assertiva é indiscutível quando levamos em conta que possui consumidor entrevistado que declarou ser cliente da feira há (02) duas décadas.

Sendo assim, encerro esta obra, afirmando que o bairro da Glória através da Feira Cultural e Orgânica é para além do mar.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABIO. Associação dos Produtores Biológicos de Estado do Rio de Janeiro. *Estatuto Social*. Rio de Janeiro: 2016.

_____. *Acordo de Funcionamento do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas*. Rio de Janeiro: 2012.

_____. *Circuito Carioca de feiras orgânicas*. Rio de Janeiro: 2010.

ALLAIRE, G. *Quality in economics: a cognitive perspective*. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, A.; WARD, A. (Eds.). *Qualities of food*. Manchester: MUP, 2004. pp. 66-92.

AMARAL, V. *Redes sociais e redes naturais: A dinâmica da vida*. Disponível em: <www.rits.org.br> Acesso em: 20 de fevereiro de 2016.

ARAÚJO, Giovanna de Aquino Fonseca. *Continuidade e descontinuidade no contexto da globalização: um estudo de feiras em Portugal e no Brasil (1986-2007)*. 20/09/2011. Tese (Doutorado em História Especialidade em Idade Contemporânea) – Universidade do Minho, Portugal.

ARCHANJO, L. R.; BRITO, K. F. W.; SAUERBECK, S. **Alimentos orgânicos em Curitiba**: consume e significado. *Revista Caderno de Debates, Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação da UNICAMP*, v. 8, 2001.

AUBRI, C.; CHIFFOLEAU, Y. *Le développement des circuits courts et l'agriculture périurbaine: histoire, évolution en cours et questions actuelles*. *Innovations Agronomiques*, v. 5, p. 53-97, 2009.

BARNES, J. A. *Redes sociais e processo político*. In: FELDMAN-BIANCO, B. (Org.). *Antropologia das sociedades contemporâneas: métodos*. São Paulo: Global Universitária, 1987. p. 159-193.

BARRETO, A. S. *Cartografia Política: As Faces e Fases da Política na Baixada Fluminense*. 07/2006. Universidade Federal do Rio de Janeiro, PPGAS/MN/UFRJ (Tese de doutoramento).

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.

BENCHIMOL, J. *Pereira Passos: um Haussmann Tropical*. Rio de Janeiro: Secretaria Municipal de Cultura, Rio de Janeiro, 1990.

BICALHO, M., FERES, M. *Participatory Guarantee Systems as a tool for the Empowerment of small organic farmers in Brazil*. In: *The changing face the contemporary countryside*. BICALHO, M., LAURENS, L. orgs. 1º ed. Rio de Janeiro, Garamond, 2014.

BICALHO, A. M. *Different routes to organic farming and building parteneship networks in Rio de Janeiro State, Brazil*. Proceedings of conference on land use and rural sustainability. Aberdeen Scotland, 2004.

BLOISE, D. M. *Análise do processo de organização dos agricultores da Fazenda Pedras Altas, Brejal, Petrópolis, RJ: um estudo de caso à luz da produção agroecológica*. Rio de Janeiro, 2013. 153f.

BOTT, E. (1976). *Família e rede social*. Livraria Francisco Alves. Rio de Janeiro (Tradução de *Family and Social Network*, 2ª ed., 1971).

BOURDIEU, P. *A economia das trocas linguísticas*. São Paulo: Edusp, 2008, 192p.

BRANDENBURG, A. *Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas*. Desenvolvimento e Meio Ambiente (UFPR). Curitiba, Vol. 6: 11-28, 2003.

BRASIL. Brasil Agroecológico. **Plano Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica-PLANAPO**. Ministério do Desenvolvimento Agrário- MDA, Brasília-DF, 2013.

BRASIL. Presidência da República. **Casa Civil. Lei n. 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a Agricultura Orgânica e da outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 24 de dezembro de 2003. Seção 1, p. 8.

BRASIL. Presidência da República. **Casa Civil. Decreto n. 6.323, de 27 de dezembro de 2007**. Regulamenta a Lei n. 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá outras providências. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil. Brasília, DF, 28 de dezembro de 2007.

BRASIL. Ministério da Agricultura Pecuária e Abastecimento. **Instrução Normativa n.19 de 28 de maio de 2009**. Aprova os mecanismos de controle e informação da qualidade orgânica e aprova os formulários oficiais do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, 29 de maio de 2009.

BRAUDEL, F. *Civilização material, economia e Capitalismo séculos XV-XVIII*. Editorial Teorema, vol. 2, Lisboa, 1998.

CARNEIRO, Maria José. *Rural como categoria de pensamento*. In: Revista do Centro de Estudos Rurais, v. 2, n. 1, março, 2008.

_____. *Ruralidade: novas identidades em construção*. Estudos Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro: CPDA/UFRRJ, n. 11, 1998.

CASTELLS, M. *A sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CESCHIM, G.; MARCHETTI, R. Z. **O comportamento inovador entre consumidores de produtos orgânicos: uma abordagem qualitativa**. In: Encontro Nacional da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração, 33, 2009, São Paulo. Anais. São Paulo: ANPAD, 2009.

CHAFFOTTE, L. ; CHIFFOLEAU, Y. *Vente directe et circuits court: évaluations, définitions et typologie*. Cahiers de l'Observatoire CROC, Montpellier, n. 1-2, fev.-mar. 2007. 8 p.

COLTRO, A. *O comportamento do consumidor consciente como fonte de estímulos de mercado às ações institucionais sócio-ambientais*. IN: I Seminário Sobre Sustentabilidade, 2006, CURITIVA - PR. Anais. Curitiba - PR: Centro Universitário FAE, 2006.

CORDEIRO, G. Í.; COSTA, A. F. *"Bairros: contexto e intersecção"*. In Gilberto Velho (org.), *Antropologia urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal*, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 1999.

CORRÊA, R. L. *Geografia: conceitos e temas*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

COSTABEBER, J. A. *Acción colectiva y procesos de transición agroecológica en Rio Grande do Sul, Brasil*. 1998. 434f. Tese (Doutorado em Agronomia) Escuela Técnica Superior de Ingenieros Agrónomos y de Montes. Universidade de Córdoba, Espanha.

DALTON, G. *Primitive, archaic and modern economies: essays of Karl Polanyi*. Boston: Beacon Press, 1968.

DAROLT, M. R. *Conexão Ecológica: novas relações entre agricultores e consumidores*. Londrina: IAPAR, 2012. 162 p.

DEVERRE, C.; LAMINE, C. *Les systèmes agroalimentaires alternatifs: Une revue de travaux anglophones en sciences sociales*. Economie Rurale, n. 317, p. 57-73, mar. 2010.

DUBY, G. *Economia rural e vida no campo no ocidente medieval*. Edições Setenta, vol. I. Lisboa, 1987.

FERES, A. *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*. Dissertação de mestrado. PPGG-UFRJ, Rio de Janeiro 130 p, 2012.

FERREIRA, J. *Os agentes da construção política do mercado*. Revista Iluminuras, Porto Alegre, vol. 14, nº 33, p. 87-89, jul./dez.2013.

FONSECA, A. C. M. *Feira livre*. Galante, Natal: Fundação Helio Galvão, v. 3, n. 11, maio 2006.

FONSECA, M. F. de A. C. *Agricultura Orgânica: introdução às normas, regulamentos técnicos e critérios para acesso aos mercados dos produtos orgânicos no Brasil*. Niterói: PESAGRO/Programa Rio Rural, 2009. 64p.

_____. *Desafios e perspectivas dos sistemas participativos de garantia*. Resumos do V CBA – Palestras. Revista Brasileira de Agroecologia/Out. 2007, Vol.2 N.2.

FROEHLICH, José Marcos. *Desenvolvimento Territorial - Produção, Identidade e Consumo*. Rio de Janeiro. Unijuí, 2012.

FUKUYAMA, F. *Confiança: As virtudes sociais e a criação da prosperidade*./Francis Fukuyama; tradução de Alberto Lopes – Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 1991. 205p.

GIULIANI, G. M., **Neoruralismo**: o novo estilo de velhos modelos. Revista Brasileira de Ciências Sociais, 14, out. 1990.

GLIESSMAN, S. R. *Agroecologia: Processos ecológicos em Agricultura Sustentável*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS. 2001, 654p.

GODOY, W. I. *As feiras-livres de Pelotas, RS: Estudo sobre a dimensão sócio-econômica de um sistema local de comercialização*. 28/02/2005. Tese (Doutorado Produção Vegetal). Pelotas, 2005 – Universidade Federal de Pelotas, Pelotas.

GRANOVETTER, M. S. *Economic action and social structure: the problem of embeddedness*. American Journal of Sociology, Chicago, v. 91, n. 3, p. 481-510, 1985.

HAMDANI, A. *Suméria, a primeira grande civilização*. Rio de Janeiro: Forni, 1978.

HUBERMAN, L. *História da riqueza do homem*. 15ª edição, Zahar. Rio de Janeiro, 1979.

INMETRO - Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Metrologia. **Avaliação da Conformidade. Diretoria da Qualidade, 5º edição, Maio de 2007**. Disponível em:<<http://www.inmetro.gov.br/infotec/publicacoes/acpq.pdf> > Acessado em: 16 de janeiro de 2016.

IPP - Instituto Pereira Passos. **Armazém de Dados**. 2010. Disponível em:<<http://www.armazemdedados.rio.rj.gov.br>. Acessado em: 25 de janeiro de 2017.

JOHNSON, A. G. *Dicionário de sociologia: Guia prático da linguagem sociológica*. Tradução de Ruy Jungmann; consultoria Renato Lessa. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed. 1997. 300p.

JULLIARD, E. *Urbanisation des campagnes*. Études Rurales, (49-50): 5-9, jan./juin. 1973. (Número Especial: L'urbanisation des campagnes).

KAYSER, Bernard. *L'intégration de la ruralité. Les campagnes françaises au XXIème siècle*. Économie Rurale, Paris, n. 257, 2000.

_____. *Naissance de nouvelles campagnes*. Paris: Aube, 1996.

_____. *La renaissance rurale: sociologie des campagnes du monde occidental*. Paris: Armand Colin, 1990.

KARPIC, L. *Éléments de l'économie des singularités*. In: STEINER, P. e VATIN, F. Traité de sociologie économique. Paris: PUF, 2009. pp. 165-208.

KRISCHKE, P. J.; TOMIELLO, N. *O comportamento de compra dos consumidores de alimentos orgânicos: um estudo exploratório*. Cadernos de Pesq. Interdisciplinar de Ciências

Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), v. 10, n. 96, p. 27-43, 2009.

LALKAKA, R; BISHOP, J. L. *Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas: o potencial de sinergia*. In: GUEDES, F.; FORMICA, P. A economia dos parques tecnológicos. Rio de Janeiro: ANPROTEC, 1997.

LEADER, Observatório Europeu. *Comercializar os produtos locais. Circuitos curtos e circuitos longos*. Inovação no meio rural, Caderno n.7, 2000.

LEÃO BARROS, S. A. *Que recorte territorial podemos chamar de bairro? O caso de Apipucos e Poço da Panela no Recife*. 2004. Disponível em: <http://en.scientificcommons.org/21328092>. Acesso em 23 de janeiro de 2017.

LEFEBVRE, H. *O Direito à cidade*. Documentos. São Paulo, 1969.

LE GOFF, J. *Memória e História*. Ed. Unicamp. Campinas-SP, 1990.

LEITE, R. M. *Dez anos de regulamentação da agricultura orgânica, experiência de sistema participativo de garantia, avanços, desafios e oportunidades da agroecologia e produção orgânica no Brasil*. Jaguariúna-SP, 2013.

LEVKOE, C. *Learning democracy through food justice movements*. Agriculture and Human Values, v. 23, p. 89-98, 2006.

LOCKE, R. M. *Dossiê, Confiança e desenvolvimento local*. Revista Econômica, Rio de Janeiro, v. 3, n.2, p. 253-281, 2003.

LUCENA, T. I. N.; GERMANO, J. W. *Feiras livres: cidades de um só dia, aprendizados para uma vida inteira*. Ed. EDUFRN, 2015. 217 p.

LUHMANN, N. *Confianza*. Editora Anthropos, 1998.

MALUF, R. S. *Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: Agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais*. Ensaios FEE, Porto Alegre, v.25, n. 1, 2004.

MARECHAL, G. *Les circuits courts alimentaires: bien manger dans les territoires*. França: Ed. Educagri, 2008. 216 p.

MARSDEN, T. *Beyond agriculture: regulating the new rural spaces*. Journal of Rural Studies, Oxford, v. 11, n. 3, 1995.

MASCARENHAS, G. C. C. *O movimento do Comércio Justo e Solidário no Brasil: entre a solidariedade e o mercado*. 28/02/2007. Tese (Doutorado em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

MASCARENHAS, G. *O Lugar da Feira Livre na Grande Cidade Capitalista: Conflito, Mudança e Persistência* (Rio de Janeiro: 1964-1989). Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Geografia da UFRJ, Rio de Janeiro, 1991.

_____. *Lugar da Feira Livre na Grande Cidade Capitalista Sociedades*

(1964-1989. Revista Brasileira de Geografia Camponesas. Rio de Janeiro, v. 54, n. 01, p. 95-120, jan/mar. 99.

MAYOL, P. O bairro. In: CERTAU. *A invenção do cotidiano: Morar, cozinhar*. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

MENDRAS, Henri. *La fin des paysans*. Paris: Colin, 1976.

_____. *Sociedades Camponesas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. 268 p.

MIRANDA, C.; SILVA, H. *Concepções da ruralidade contemporânea: as singularidades brasileiras* / (Organizadores da Série) -- Brasília: IICA, 2013. p.81. (Série Desenvolvimento Rural Sustentável; v.21).

MORAIS, I. R. D.; Araújo, M. A. A. *Territorialidades e Sociabilidades na Feira Livre da Cidade de Caicó (RN)*. Caminhos de Geografia - revista on line. Instituto de Geografia. Universidade Federal de Uberlândia. Fev/2006, p. 244-249.

MOTT, L. *Feira e mercados: pistas para pesquisa de campo*. Em: Sérgio Ferretti (org). Reeducando o olhar: Estudos Sobre Feiras e Mercados, Edições UFMA-PROIN-CS. São Luís, p. 21, 2000.

MOTT, L. R. *A feira de Brejo Grande: estudo de uma instituição econômica num município sergipano do Baixo São Francisco*. Tese de Doutorado (Ciências Sociais). Campinas: UNICAMP, 1975.

NEJAD, R. M. *Social Bazaar and Commercial Bazaar: Comparative Study of Spatial Role of Iranian Bazaar in the Historical Cities in Different Socioeconomical Context*. In: Proceedings - Fifth International Space Syntax Symposium, van Nes, A.(org.). Delft: Tu Delft, 2005.

NIEDERLE, P. A.; ALMEIDA L.; VEZZANI, F. M. *Agroecologia: práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura*. Kairós. 393 p. Curitiba, 2013.

OLIVEIRA, L. D. *A emergência da região logístico-industrial do Extremo Oeste Metropolitano fluminense: reflexões sobre o processo contemporâneo de reestruturação territorial-produtiva*. Espaço e Economia: Revista Brasileira de Geografia Econômica, Ano IV, Número 7, Julho-Dezembro de 2015.

ORTIZ, R. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Contexto, 1994. 342p.

OSMUNDSON, T. *Roofs gardens: history, desing and construction*. New York: W.W. Norton e Company, Inc, 1999.

PALMEIRA, B. D. M. *Bairro do Miramar: sua história, seus moradores*. João Pessoa: Grafisi, 1997.

PESSOA, V. C. S. *Bairro do Roger em João Pessoa PB: o lugar e suas práticas culturais*. 11/04/2012. Dissertação (Universidade Estadual do Ceará). Fortaleza.

POLANYI, K. *A grande transformação: as origens da nossa época*. Rio de Janeiro: Campus,

1980.

_____. *Dahomey and the Slave Trade: An Analysis of an Archaic Economy*. Seattle and London: University of Washington Press, 1966.

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

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

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. Tradução - Maria Cecília França. São Paulo: Ática, 1993.

RIBEIRO, A. E. M.; GALIZONI, F. M. *A arte da catira: negócios e reprodução familiar de sitiantes mineiros*. Revista Brasileira de Ciências Sociais, São Paulo, v. 22, n. 64, p. 65-74, 2007.

RUCINSKI, J.; BRANDENBURG, A. *Consumidores de orgânicos em Curitiba*. IN: Encontro da Associação Nacional de Pós-graduação em Ambiente e Sociedade, 1, 2002. Anais Indaiatuba-SP: ANPPAS, 2002.

SABOURIN, E. *Camponeses do Brasil: entre a troca mercantil e a reciprocidade*. Rio de Janeiro: Garamond, 2009. 327 p.

SALVADOR, C. A. *Agricultura Orgânica. Análise da Conjuntura Agropecuária, Safra (2011/2012)*, 2011. Disponível em: www.agricultura.pr.gov.br/arquivos/File/deral/agricultura_organica_2011_12.pdf. Acessado em 01 de junho de 2017.

SANTOS, L. Formação e consolidação da Rede Ecovida de Agroecologia e sua experiência de certificação participativa. 2003.

SARRACENO, Elena. *Alternative readings of spatial differentiation: the rural versus the local economy approach in Italy*. European Review of Agricultural Economic, Oxford, n. 21, 1994.

SATO, Leny. *Feira Livre: Organização, Trabalho e Sociabilidade*. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2012.

SCOFANO, J. E. *Avaliação da Conformidade Orgânica: Cenário, Entraves e Perspectivas no Estado do Rio de Janeiro*. 29/08/2014. Dissertação (Programa de Pós Graduação em Agricultura Orgânica) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Seropédica.

SELLTIZ, C. *Métodos de pesquisa nas relações sociais*. São Paulo, 1967.

SIMMEL, G. (1955). *Conflict & The Web of Group-Affiliations*. New York: The Free Press, 1995.

SPECHT, S.; RÜCKERT, A. A. *Sistema Agroalimentar Local: Uma abordagem para a análise da produção de morangos no Vale do Caí, RS*. In: Congresso da Sociedade Brasileira

de Economia, Administração e Sociologia Rural, 56., 2008, Rio Branco. Anais do XLVI Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração e Sociologia Rural. Rio Branco, 2008.

STORNIOLO, I.; BALANCIN, M. E. *Bíblia Sagrada. Tradução, introduções e notas.* Editora Paulus. São Paulo, 1990.

SCHMITZ, Hubert. *Eficiência coletiva: Caminho de crescimento para a indústria de pequeno porte.* Ensaios FEE. v.18, n.2, Porto Alegre, 1997.

SCHNEIDER, Sergio (2003). *A pluratividade na agricultura familiar.* Porto Alegre: UFRGS. 254p.

SMELSER, N. J. *A sociologia da vida econômica.* Livraria Pioneira. São Paulo, p. 219, 1968.

SONNINO, R. *Embeddedness in action: Saffron and the making of the local in Southern Tuscany.* Agriculture and Human Values, Amsterdã, v. 24, p. 61-74, 2007.

SOROKIN, P. A.; ZIMMERMAN, C. C.; GALPIN, C. J. *Diferenças fundamentais entre o mundo rural e o urbano.* In: MARTINS, José de Souza (Org.). Introdução crítica à sociologia rural. São Paulo: Hucitec, 1981.

SOUZA, M. L. *O desafio metropolitano: um estudo sobre a problemática socioespacial nas metrópoles brasileiras.* Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2000.

SPITZER, T. M.; BAUM, H. *Public markets and community revitalization.* Washington, D.C.: ULI – The Urban Land Institute and Project for Public Spaces, Inc., p. 120, 1995.

STORR, V. H. *The market as a social space: on the meaningful extraeconomic conversations that can occur in markets.* Quarterly Journal of Austrian Economics, Viena, v. 21, n. 2-3, p. 135-150, 2008.

TESCHE, R. W. *As relações de reciprocidade e redes de cooperação no desempenho socioeconômico da agricultura familiar: o caso dos produtores de leite do município de Sete de Setembro/RS.* 2008. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

TILLY, C. *Social movements, 1768-2004.* Boulder, Colorado, Paradigm Publishers, 2004.

TREVISAN, E. *Vivência do tempo, espaço, planejamento e turismo: uma análise na atividade turística do município de Iguarassu-PE.* Trabalho de conclusão de curso de Turismo. Departamento de Turismo (UEPG). Ponta Grossa, 2004.

TURATO, E. R. *Métodos qualitativos e quantitativos na área da saúde: definições, diferenças e seus objetos de pesquisa.* Laboratório de Pesquisa Clínico-Qualitativa. UNICAMP. Campinas, Brasil. 2005.

UFF – Universidade Federal do Rio de Janeiro (1769 – 1779): *D. Luís de Almeida Portugal Soares d' Eça Alarcão de Melo e Silva Mascarenhas.* 2006. Disponível em:

www.pensario.uff.br. Acessado em: 20 de janeiro de 2016.

VALENÇA, T. *Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, um olhar geográfico sobre a expansão da comercialização de alimentos orgânicos na cidade do Rio de Janeiro*. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Geografia). Universidade Federal do Rio de Janeiro. 2016, Rio de Janeiro.

VASCONCELOS JÚNIOR, R. E. P. *Quem é de Benfica - o lugar da sociabilidade e espaço das práticas de resistência*. Fortaleza-UECE. 1999. Dissertação de Mestrado.

WANDERLEY, Maria Nazareth. *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: CPDA/UFRRJ, n. 15, 2000.

WEBER, M. *Economía y sociedad - esbozo de sociología comprehensiva*. Fundo de Cultura Económica. México D.C. e Buenos Aires, vol. II, p. 218, 1964.

WILKINS, J. *Eating Right Here: Moving from Consumer to Food Citizen*. Agriculture and Human Values, v. 22, n.3, p. 269-273, 2005.

WILLIAMS, R. *O campo e a cidade: na história e na literatura*. Tradução P. H. Brito. São Paulo: Cia das Letras, 1989.

WILKINSON, J. *Sociologia econômica, a teoria das convenções e o fortalecimento dos mercados*. Revista Ensaios (FEE), Porto Alegre, v. 23, n. 2, 2002.

WOLF, E. *Sociedades camponesas*. Zahar. Rio de Janeiro, 1970.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. *A Sociologia do Mundo Rural e as Questões da Sociedade no Brasil Contemporâneo*. In: RURIS, v. 4, n. 1, março, 2010.

ANEXO I

RELAÇÃO DE FEIRAS LIVRES CONVENCIONAIS



PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO
SECRETARIA ESPECIAL DA ORDEM PÚBLICA
SUBSECRETARIA DE INTEGRAÇÃO E CONTROLE URBANO
COORDENAÇÃO DE CONTROLE URBANO - DIVISÃO DE FEIRAS

RELAÇÃO DAS FEIRAS LIVRES

Descrição	Bairro	Dias da Semana	RA
LIVRAMENTO DO, RUA	SAUDE	Sexta-Feira	01-Portuária
GAL. GURJAO, RUA	CAJU	Domingo	01-Portuária
TADEU KOSCIUSKO / CARLOS SAMPAIO, RUA	CENTRO	Sábado	02-Centro
CONDE LAGES, RUA	CENTRO	Quinta-Feira	02-Centro
EMILIA GUIMARAES, RUA	CATUMBI	Segunda-Feira	03-Rio Comprido
BARAO DE SERTORIO, RUA	RIO COMPRIDO	Quarta-Feira	03-Rio Comprido
COSTA FERRAZ, RUA	RIO COMPRIDO	Sábado	03-Rio Comprido
CEL. CASTELO BRANCO, PCA	CIDADE NOVA	Quinta-Feira	03-Rio Comprido
SAMPAIO FERRAZ, RUA	ESTACIO	Quarta-Feira	03-Rio Comprido
GAL ARGOLO, RUA	SAO CRISTOVAO	Quinta-Feira	07-São Cristóvão
GAL BRUCE, RUA	SAO CRISTOVAO	Domingo	07-São Cristóvão
FELICIO DOS SANTOS, RUA	SANTA TERESA	Sexta-Feira	23-Santa Teresa
PARTICULAR INFOSHOPPING / RUA DO CATETE, RUA	FLAMENGO	Terça-Feira	04-Botafogo
AUGUSTO SEVERO, AV	GLORIA	Domingo	04-Botafogo
PROF. ORTIZ MONTEIRO, RUA	LARANJEIRAS	Sábado	04-Botafogo
JARDEL FILHO, VDT	LARANJEIRAS	Sexta-Feira	04-Botafogo
VICENTE DE SOUZA, RUA	BOTAFOGO	Segunda-Feira	04-Botafogo
NICARAGUA, PCA	BOTAFOGO	Quarta-Feira	04-Botafogo
RODRIGO DE BRITO, RUA	BOTAFOGO	Sexta-Feira	04-Botafogo
BARAO DE MACAUBAS, RUA	BOTAFOGO	Terça-Feira	04-Botafogo
PAULO BARRETO, RUA	BOTAFOGO	Sábado	04-Botafogo
MARIA EUGENIA, RUA	HUMAITA	Quarta-Feira	04-Botafogo
TENENTE GIL GUILHERME, PCA	URCA	Domingo	04-Botafogo
PRC ALMTE JULIO DE NORONHA	LEME	Segunda-Feira	05-Copacabana
SERZEDELO CORREIA, PRC	COPACABANA	Domingo	05-Copacabana
RONALD DE CARVALHO	COPACABANA	Quinta-Feira	05-Copacabana
EDMUNDO BITTENCOURT, PRC	COPACABANA	Quarta-Feira	05-Copacabana
NOSSA SENHORA DA PAZ, PCA	IPANEMA	Sexta-Feira	06-Lagoa
HENRIQUE DUMONT, RUA	IPANEMA	Segunda-Feira	06-Lagoa
GAL OSORIO, PCA	IPANEMA	Terça-Feira	06-Lagoa
PRAÇA NOSSA SENHORA AUXILIADORA	LEBLON	Quinta-Feira	06-Lagoa
LINEU DE PAULA MACHADO, AV	LAGOA	Domingo	06-Lagoa
FREI LEANDRO, RUA	JARDIM BOTANICO	Sábado	06-Lagoa
SANTOS DUMONT, PCA	GAVEA	Sexta-Feira	06-Lagoa
VICENTE LICINIO, RUA	PRACA DA BANDEIRA	Domingo	08-Tijuca
GARIBALDI, RUA	TIJUCA	Sexta-Feira	08-Tijuca
ALZIRA BRANDAO, RUA	TIJUCA	Sexta-Feira	08-Tijuca
AGUIAR, RUA	TIJUCA	Segunda-Feira	08-Tijuca
GABRIELA PRADO MAIA, RUA	TIJUCA	Terça-Feira	08-Tijuca
PROF PINHEIRO GUIMARAES, PCA	TIJUCA	Terça-Feira	08-Tijuca
VISCONDE DE FIGUEIREDO, RUA	TIJUCA	Quarta-Feira	08-Tijuca
MORAES E SILVA, RUA	MARACANA	Quinta-Feira	09-Vila Isabel
RUA PROFESSOR MANOEL DE ABREU	MARACANA	Sábado	09-Vila Isabel
JORGE RUDGE, RUA	VILA ISABEL	Terça-Feira	09-Vila Isabel
MENDES TAVARES, RUA	VILA ISABEL	Sábado	09-Vila Isabel
MENDES TAVARES, RUA	VILA ISABEL	Quarta-Feira	09-Vila Isabel



RELAÇÃO DAS FEIRAS LIVRES

Descrição	Bairro	Dias da Semana	RA
ARARIPE JUNIOR, RUA	ANDARAÍ	Domingo	09-Vila Isabel
SILVA TELES, RUA	ANDARAÍ	Quinta-Feira	09-Vila Isabel
MEARIM, RUA	GRAJAU	Terça-Feira	09-Vila Isabel
JULIO FURTADO, AV	GRAJAU	Sexta-Feira	09-Vila Isabel
MAL FOCH, RUA	BONSUCESSO	Terça-Feira	10-Ramos
FELISBELO FREIRE, RUA	RAMOS	Sábado	10-Ramos
SENADOR MOURAO VIEIRA, RUA	RAMOS	Quinta-Feira	10-Ramos
FIRMINO GAMELEIRA, RUA	OLARIA	Quarta-Feira	10-Ramos
ANTONIO REGO, RUA	OLARIA	Sexta-Feira	10-Ramos
GAL SILVEIRA SOBRINHO, RUA	PENHA	Quinta-Feira	11-Penha
MACAPURI, RUA	PENHA	Domingo	11-Penha
JACUI, RUA	PENHA	Quarta-Feira	11-Penha
JOSE RUCAS, ETR	PENHA	Quinta-Feira	11-Penha
MONTEVIDEU, RUA	PENHA	Domingo	11-Penha
IRICUME, RUA	BRAZ DE PINA	Sábado	11-Penha
VALENTIM MAGALHAES, RUA	VIGARIO GERAL	Sábado	31-Vigário Geral
FRANZ LISZT, RUA	JARDIM AMERICA	Terça-Feira	31-Vigário Geral
PROF BOSCOLI, RUA	MARIA DA GRACA	Terça-Feira	12-Inhaúma
VAN GOGH, RUA	DEL CASTILHO	Sábado	12-Inhaúma
BISPO LACERDA, RUA	DEL CASTILHO	Domingo	12-Inhaúma
DONA EMILIA, RUA	INHAUMA	Domingo	12-Inhaúma
MARIO FERREIRA, RUA	ENGENHO DA RAINHA	Sábado	12-Inhaúma
ROCHA DO, RUA	ROCHA	Sábado	13-Méier
VITOR MEIRELES, RUA	RIACHUELO	Quinta-Feira	13-Méier
DOCTOR MANOEL COTRIM, RUA	RIACHUELO	Terça-Feira	13-Méier
GRAO PARA, RUA	ENGENHO NOVO	Segunda-Feira	13-Méier
MANOEL MIRANDA, RUA	ENGENHO NOVO	Sexta-Feira	13-Méier
JOAQUIM MEIER, RUA	LINS DE VASCONCELOS	Sexta-Feira	13-Méier
GALDINO PIMENTEL, RUA	MEIER	Terça-Feira	13-Méier
VAZ DE CAMINHA, RUA	MEIER	Sexta-Feira	13-Méier
SALVADOR PIRES, RUA	MEIER	Quarta-Feira	13-Méier
SILVA RABELO, RUA	MEIER	Quinta-Feira	13-Méier
BASILIO DE BRITO, RUA	CACHAMBI	Domingo	13-Méier
ESTEVAO SILVA, RUA	CACHAMBI	Terça-Feira	13-Méier
GUSTAVO RIEDEL, RUA	ENGENHO DE DENTRO	Quarta-Feira	13-Méier
CATULO CEARENCE, RUA	ENGENHO DE DENTRO	Terça-Feira	13-Méier
BENICIO DE ABREU, RUA	ENGENHO DE DENTRO	Domingo	13-Méier
CRUZ E SOUZA, RUA	ENCANTADO	Sábado	13-Méier
CAMINHO DO MATEUS, RUA	PIEDADE	Terça-Feira	13-Méier
TERESA CAVALCANTI, RUA	PIEDADE	Sábado	13-Méier
ANTONIO VARGAS, RUA	PIEDADE	Quarta-Feira	13-Méier
CASEMIRO DE ABREU, RUA	PILARES	Quarta-Feira	13-Méier
VICENTE DE CARVALHO, AVN	VILA KOSMOS	Sábado	14-Irajá
CAMBUCI DO VALE, RUA	VICENTE DE CARVALHO	Quarta-Feira	14-Irajá
FLORANIA, RUA	VISTA ALEGRE	Sexta-Feira	14-Irajá
PONTA PORA. RUA	VISTA ALEGRE	Domingo	14-Irajá



RELAÇÃO DAS FEIRAS LIVRES

Descrição	Bairro	Dias da Semana	RA
JOSE SOMBRA, RUA	IRAJA	Sexta-Feira	14-Irajá
TENENTE REBELO, AVN	IRAJA	Quarta-Feira	14-Irajá
LOPES FERREIRA, RUA	IRAJA	Sexta-Feira	14-Irajá
MARQUES DE QUELUZ, RUA	IRAJA	Domingo	14-Irajá
ANA TELES, RUA	CAMPINHO	Terça-Feira	15-Madureira
EUFRASIO CORREA, RUA	QUINTINO BOCAIUVA	Quarta-Feira	15-Madureira
LAURINDO FILHO, RUA	CAVALCANTI	Sábado	15-Madureira
VALERIO, RUA	ENGENHEIRO LEAL	Quarta-Feira	15-Madureira
CAETANO DA SILVA, RUA	CASCADURA	Sexta-Feira	15-Madureira
HENRIQUE BRAGA, RUA	MADUREIRA	Quinta-Feira	15-Madureira
OPERARIO SADOCK DE SA, RUA	MADUREIRA	Domingo	15-Madureira
JACINA, RUA	VAZ LOBO	Sábado	15-Madureira
ALICE FREITAS, RUA	VAZ LOBO	Terça-Feira	15-Madureira
RUBIS, RUA	ROCHA MIRANDA	Segunda-Feira	15-Madureira
JURUBAIBA, RUA	HONORIO GURGEL	Sábado	15-Madureira
ADELAIDE BADAJOS, RUA	OSWALDO CRUZ	Quarta-Feira	15-Madureira
TERESA SANTOS, RUA	BENTO RIBEIRO	Sexta-Feira	15-Madureira
OBIDOS, RUA	BENTO RIBEIRO	Terça-Feira	15-Madureira
SAPOPEMBA, RUA	BENTO RIBEIRO	Quarta-Feira	15-Madureira
JOÃO SOLEDADE DOUTOR, RUA	MARECHAL HERMES	Quinta-Feira	15-Madureira
FERNANDES DA FONSECA, RUA	RIBEIRA	Sábado	20-Ilha do Governador
SARGENTO JOAO LOPES, RUA	CACUIA	Domingo	20-Ilha do Governador
ARUJA, RUA	FREGUESIA(ILHA)	Quinta-Feira	20-Ilha do Governador
FRANCISCO ALVES, AVN	JARDIM GUANABARA	Sexta-Feira	20-Ilha do Governador
PROF HILARIO DA ROCHA, RUA	TAUA	Segunda-Feira	20-Ilha do Governador
LOASA, RUA	GUADALUPE	Quinta-Feira	22-Anchieta
ENEAS MARTINS, RUA	GUADALUPE	Quinta-Feira	22-Anchieta
BETULA, RUA	GUADALUPE	Domingo	22-Anchieta
PEREIRA DA ROCHA/ADEQUÊ, RUA	RICARDO DE ALBUQUERQUE	Domingo	22-Anchieta
PROF VIRGINIA CIDADE, PRA	COELHO NETO	Terça-Feira	25-Pavuna
PEDRO JORIO, RUA	ACARI	Domingo	25-Pavuna
CEL MOREIRA CESAR, RUA	COSTA BARROS	Quarta-Feira	25-Pavuna
BARAO, RUA	JACAREPAGUA	Domingo	16-Jacarépaguá
ARISTOTELES DE SOUZA DANTAS, RUA	JACAREPAGUA	Quarta-Feira	16-Jacarépaguá
LARGO DO ANIL	JACAREPAGUA	Sábado	16-Jacarépaguá
COMENDADOR SIQUEIRA, RUA	JACAREPAGUA	Quarta-Feira	16-Jacarépaguá
GAL OLIVIO UZEDA, RUA	JACAREPAGUA	Terça-Feira	16-Jacarépaguá
VOSSIO BRIGIDO, RUA GAL.	JACAREPAGUA	Quarta-Feira	16-Jacarépaguá
NOVA / FAVELA RIO DAS PEDRAS, RUA	JACAREPAGUA	Domingo	16-Jacarépaguá
MONODORA, RUA	GARDENIA AZUL	Sábado	16-Jacarépaguá
RUA EDGARD CAVALHEIROS	CIDADE DE DEUS	Domingo	34-Cidade de Deus
RUA MOISES	CIDADE DE DEUS	Quarta-Feira	34-Cidade de Deus
ARAGUAIA, RUA	FREGUESIA(JACAREPAGUA)	Terça-Feira	16-Jacarépaguá
ARIPO, RUA	TAQUARA	Quinta-Feira	16-Jacarépaguá
DAS MARGARIDAS, RUA	VILA VALQUEIRE	Quinta-Feira	16-Jacarépaguá
JAMBEIRO, AVN	VILA VALQUEIRE	Domingo	16-Jacarépaguá



PREFEITURA DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO
SECRETARIA ESPECIAL DA ORDEM PÚBLICA
SUBSECRETARIA DE INTEGRAÇÃO E CONTROLE URBANO
COORDENAÇÃO DE CONTROLE URBANO - DIVISÃO DE FEIRAS

RELAÇÃO DAS FEIRAS LIVRES

Descrição	Bairro	Dias da Semana	RA
SAO PERPETUO, PCA	BARRA DA TIJUCA	Domingo	24-Barra da Tijuca
SAO PERPETUO, PRC	BARRA DA TIJUCA	Quinta-Feira	24-Barra da Tijuca
OLIMPIO DE CASTRO, RUA	CAMPO DOS AFONSOS	Quarta-Feira	33-Realengo
SAO CAETANO, RUA	MAGALHAES BASTOS	Terça-Feira	33-Realengo
MAL MODESTINO, RUA	REALENGO	Domingo	33-Realengo
CARINHANHA, RUA	REALENGO	Sexta-Feira	33-Realengo
EUNAPIO DEIRO, RUA	REALENGO	Sábado	33-Realengo
MANUEL NOGUEIRA DE SA, ETR	REALENGO	Domingo	33-Realengo
MAGOARI, RUA	REALENGO	Quinta-Feira	33-Realengo
HELIANTO, RUA	PADRE MIGUEL	Sábado	17-Bangu
IGUATAMA, PRÇ	BANGU	Sábado	17-Bangu
PROF CLEMENTE FERREIRA, RUA	BANGU	Domingo	17-Bangu
MAL MARCIANO, RUA	BANGU	Quarta-Feira	17-Bangu
CHERBURGO, RUA	BANGU	Domingo	17-Bangu
URUCUM, RUA	BANGU	Quinta-Feira	17-Bangu
CARNAUBA, RUA	SENADOR CAMARA	Domingo	17-Bangu
LAUDELINO VIEIRA DE CAMPOS, RUA	CAMPO GRANDE	Domingo	18-Campo Grande
CAMPO MAIOR / AV MARIANA, RUA	CAMPO GRANDE	Terça-Feira	18-Campo Grande
CAMPEIRO-MOR, RUA	SANTA CRUZ	Terça-Feira	19-Santa Cruz
ANTONIO SALES, RUA	SEPETIBA	Sábado	19-Santa Cruz
ROBERTO DA SILVEIRA, RUA/PARQUE UNIAO	ROCINHA	Quarta-Feira	27-Rocinha

ANEXO II

DECRETO Nº 35.064 DE 25 DE JANEIRO DE 2012 DE CRIAÇÃO DO CIRCUITO CARIOCA DE FEIRAS ORGÂNICAS

30/12/2016

Decreto 35064 2012 de Rio de Janeiro RJ



DECRETO Nº 35.064 DE 25 DE JANEIRO DE 2012

DISPÕE SOBRE A CRIAÇÃO DO CIRCUITO CARIOCA DE FEIRAS ORGÂNICAS.

O PREFEITO DA CIDADE DO RIO DE JANEIRO, no uso das atribuições que lhe são conferidas pela legislação em vigor e,

CONSIDERANDO a necessidade de atender a demanda dos cidadãos cariocas, que cresce em importância a cada dia, em função da busca por uma melhor qualidade de vida para as gerações atuais e futuras, a segurança alimentar e nutricional, a proteção ao meio ambiente e a construção de um desenvolvimento sustentável;

CONSIDERANDO o interesse público em autorizar o funcionamento do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, tendo em vista a sua importância para o escoamento da produção de pequenos produtores rurais da capital e interior do Estado do Rio de Janeiro;

CONSIDERANDO que a agricultura orgânica é uma atividade regulamentada pela Lei nº 10.831 de 23/12/2003 em todo o território nacional, não usa agrotóxicos e emprega três vezes mais mão-de-obra que a agricultura convencional, promovendo o fortalecimento da agricultura familiar e a redução do êxodo rural.

CONSIDERANDO a necessidade de regulamentar o exercício e o funcionamento da atividade em logradouros públicos, conforme consta no processo nº 23/000.114/2010, DECRETA:

Art. 1º Fica criado o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas na Cidade do Rio de Janeiro.

Art. 2º O Circuito Carioca de Feiras Orgânicas será regulamentado por ação conjunta da Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico Solidário - SEDES e da Secretaria Especial da Ordem pública - SEOP, por meio de Resolução.

Art. 3º Este Decreto entra em vigor no prazo de 60 dias, contados a partir da data de publicação do presente decreto.

Rio de Janeiro, 25 de janeiro de 2012 - 447ª da Fundação da Cidade.

EDUARDO PAES

D. O RIO 26.01.2012

ANEXO III

ACORDO DE FUNCIONAMENTO DAS FEIRAS ORGÂNICAS CUJA ORGANIZAÇÃO GESTORA É A ASSOCIAÇÃO DOS AGRICULTORES BIOLÓGICOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO



Feiras Orgânicas

Acordo de Funcionamento

I – PRINCÍPIOS E OBJETIVOS DAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 – As Feiras Orgânicas coordenadas pela ABIO (Feiras Orgânicas) destinam-se à venda direta de produtos orgânicos, conforme definidos pela legislação que rege a agricultura orgânica no Brasil.

2 – As Feiras Orgânicas têm como objetivos:

2.1 - Criar canais de venda direta de produtos orgânicos, contribuindo, assim, para a viabilização econômica dos agricultores e produtores orgânicos do Estado do Rio de Janeiro;

2.2 – Proporcionar aos agricultores e produtores benefícios resultantes do aumento da escala operacional na comercialização;

2.3 – Aumentar o acesso da população da cidade do Rio de Janeiro aos alimentos orgânicos;

2.4 – Fortalecer a organização dos agricultores e produtores e dos consumidores.

2.5 – Reduzir a intermediação e o transporte desnecessários, visando a diminuição dos custos de comercialização.

2.6 – Viabilizar a ampliação da agricultura orgânica no Estado do Rio de Janeiro.

2.7 – Divulgar a agroecologia, a agricultura orgânica e a alimentação saudável.

3 – As Feiras Orgânicas adotam os princípios do comércio justo e solidário, conforme definido pelo Decreto 7.358, de 17 de novembro de 2010: “prática comercial diferenciada, pautada nos valores de justiça social e solidariedade”.

3.1 – As Feiras Orgânicas são empreendimentos econômicos solidários, conforme definidos no mesmo Decreto acima citado: “organizações de caráter associativo que realizam atividades econômicas, cujos participantes sejam trabalhadores do meio urbano ou rural e exerçam democraticamente a gestão das atividades e a alocação dos resultados”.

II – PARTICIPAÇÃO NAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 – Podem participar das Feiras Orgânicas os agricultores e produtores associados à ABIO, e submetidos a algum dos mecanismos de garantia (certificação, sistemas participativos de garantia e controle social para a venda direta) previstos no Decreto 6.323, de 27 de dezembro de 2007.

2 – Os agricultores e produtores poderão participar das Feiras Orgânicas como feirantes individuais ou organizados em Grupos de Comercialização.

2.1 – Constituem um Grupo de Comercialização os agricultores e produtores que estabelecem entre si uma relação associativa e cooperativa para a venda de seus produtos em uma feira.

2.2 – Um agricultor ou produtor não poderá participar de mais de um Grupo de Comercialização na mesma feira.

2.3 - Os membros do grupo devem assinar documento de adesão ao mesmo, no qual declaram conhecer este Acordo de Funcionamento e os preços finais praticados nas feiras.

3 - Em cada feira, é permitida a participação de apenas 1 (um) comerciante associado à ABIO, para a venda, exclusivamente, de produtos orgânicos importados de outros estados e de outros países, que não estejam sendo ofertados pelos agricultores e produtores.

3.1 – Na Feira Orgânica da Glória é permitida a participação de 2 (dois) comerciantes.

3.2 - O comerciante não poderá ocupar mais do que 3 (três) barracas em cada feira.

3.3 – O mesmo comerciante não poderá participar de mais do que 3 (três) Feiras Orgânicas.

4 – Em cada Feira Orgânica, 10% (dez por cento) do número total de barracas permitido serão reservados para agricultores do município onde a feira se realiza.

5 – Nenhum feirante poderá ocupar mais do que 5 (cinco) barracas.

6 – Em cada feira, haverá uma barraca destinada à ABIO.

7 – A ABIO manterá aberta chamada para todas as feiras do Circuito nas quais houver disponibilidade de vagas.

8 – As barracas disponibilizadas por feirantes que deixarem de participar de uma feira serão oferecidas aos feirantes que nela permanecerem, assim como as barracas resultantes da ampliação do número de barracas permitido em uma feira.

8.1 – Permanecendo barracas disponíveis, a ABIO abrirá chamada para todos os Associados Produtores e Comercializadores/Processadores.

9 - Para a implantação de novas Feiras Orgânicas, a ABIO comunicará a todos os seus Associados a abertura de processo de seleção, por meio de Chamada.

10 – Tanto para o preenchimento de vagas em feiras já existentes quanto para a implantação de novas feiras, será remetido a todos os Associados Produtores o Formulário de Pré Inscrição, e informado o prazo e os meios para a entrega do formulário preenchido à Coordenação da ABIO.

III – SELEÇÃO DOS PARTICIPANTES NAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 - Havendo mais de um Associado pré inscrito por vaga, a seleção será feita pelo Coletivo da Feira, conforme item VI-1 deste Acordo de Funcionamento, em reunião, na qual é obrigatória a participação de todos os pré inscritos.

2 – Na decisão sobre a seleção dos participantes deverá considerada a diversidade da oferta, e deverão ser aplicados os seguintes critérios:

a) os Associados que ainda não participam de nenhuma Feira Orgânica terão prioridade sobre aqueles que já participam de outras feiras;

b) grupos organizados de produtores terão prioridade sobre produtores individuais.

3 - Caso discorde da decisão tomada, o Associado pré inscrito poderá apelar ao Conselho de Recursos da ABIO.

IV – ADMINISTRAÇÃO DAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 – As Feiras Orgânicas serão administradas por um Conselho de Feiras, constituído por 1 (um) representante de cada feira e por um representante da ABIO.

1.1 – Cabe ao Conselho de Feiras deliberar sobre os assuntos relativos ao conjunto das Feiras Orgânicas.

1.2 – O Conselho de Feiras se reunirá ordinariamente duas vezes ao ano, nos meses de fevereiro e novembro.

2 – Cada Feira Orgânica será administrada pelo Coletivo da Feira, constituído pelos feirantes que dela participam e pelo Gerente da feira.

2.1 – Cabe ao Coletivo da Feira deliberar sobre os assuntos relativos a cada feira.

2.2 – O Coletivo da Feira se reunirá ordinariamente a cada dois meses.

3 – Cada feira terá uma Comissão de Ética, composta por 3 (três) membros titulares e 1 (um) membro suplente, escolhidos, entre os feirantes, pelo Coletivo da Feira.

3.1 – O mandato dos membros será de 1 (um) ano, devendo obrigatoriamente haver mudança de 2 (dois) dos membros titulares.

3.2 - São atribuições da Comissão de Ética:

a) assessorar o Gerente nas decisões relacionadas à qualidade orgânica dos produtos comercializados na feira;

b) decidir sobre os casos omissos neste Acordo, que tiverem que ser resolvidos durante a realização da feira.

4 – O Gerente será contratado pela ABIO e atuará como seu representante na feira.

4.1 - São atribuições do Gerente, a serem cumpridas conforme o Manual de Procedimentos Operacionais dos Gerentes:

a) controlar o cumprimento das regras de funcionamento contidas no item VII abaixo;

b) receber, registrar e dar o devido tratamento, conforme o item VIII deste Acordo, as reclamações e denúncias de consumidores;

c) convocar, coordenar e relatar as reuniões do Coletivo da Feira;

d) recolher os Formulários de Rastreabilidade antes do início de cada feira;

e) manter atualizados os cadastros dos feirantes e demais registros e documentos exigidos pelas autoridades competentes, bem como os necessários ao bom funcionamento da feira;

f) organizar a disposição dos feirantes no espaço da feira, segundo os critérios estabelecidos pelo Coletivo da Feira;

g) sugerir ao Conselho de Feiras ações de divulgação das feiras;

h) orientar a oferta de produtos pelo feirante comerciante, de acordo com a disponibilidade de produtos do Estado do Rio de Janeiro informada pelos feirantes produtores;

i) providenciar o aluguel de barracas na quantidade solicitada pelos feirantes;

j) organizar eventos que contribuam para a divulgação da agroecologia, da agricultura orgânica e da alimentação saudável entre os consumidores;

k) difundir entre os consumidores o conhecimento sobre a ABIO, a garantia da qualidade orgânica dos produtos, a agroecologia e a agricultura orgânica, prestando os esclarecimentos que se fizerem necessários;

l) integrar a associação de moradores ou organização semelhante ao funcionamento da feira.

4.2 - O Gerente deve manter-se, sempre que possível, na barraca destinada à ABIO.

4.3 – O Gerente será remunerado proporcionalmente ao número de barracas da feira.

4.3.1 – O valor da remuneração por barraca será estabelecido pelo Conselho de Feiras.

V – REGRAS DE FUNCIONAMENTO DAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 – Somente poderão atuar como vendedores as pessoas listadas no Cadastro de Feirante.

2 – O feirante responsável poderá ser substituído por membro de sua família ou por empregado diretamente envolvido na produção ou, ainda, no caso de agricultores, por parceiro.

2.1 – Excepcionalmente, a critério do Conselho de Feiras, o feirante responsável poderá ser substituído por pessoa indicada como seu representante.

2.2 – Os substitutos devem ser devidamente capacitados e listados no Cadastro de Feirantes.

2.3 – É obrigatória a presença do feirante responsável nas reuniões do Coletivo de Feira.

3 – É obrigatório o uso, nas barracas, dos seguintes itens padronizados:

a) placa sinalizadora da origem dos produtos;

b) forro dos tabuleiros;

c) bandeira com a logomarca da feira.

4 – É proibido expor produtos em qualquer outro espaço que não as barracas.

5 – É obrigatório o uso do uniforme completo pelos feirantes responsáveis e pelos vendedores.

5.1 – O uniforme é constituído pela camiseta, pelo avental, pelo protetor de cabeça (boné ou lenço) e pelo crachá.

6 – A guarda e a manutenção da placa sinalizadora, do forro dos tabuleiros, da bandeira e das peças do uniforme são de responsabilidade dos feirantes.

6.1 – Em caso de necessidade de reposição por perda ou mau uso, o feirante arcará com o custo de reposição da placa sinalizadora, do forro dos tabuleiros, da bandeira e das peças do uniforme.

7 – Para o transporte dos produtos das áreas de produção até a feira devem ser utilizadas embalagens condizentes com a higiene e com a boa apresentação.

7.1 – As embalagens devem ser armazenadas, durante toda a feira, preferencialmente, embaixo das barracas ou nos veículos.

7.1.1 – Se armazenadas fora dos espaços acima, as embalagens deverão ser mantidas organizadas.

8 – As embalagens com produtos não poderão ser colocadas diretamente no chão.

9 – Todos os produtos deverão ser expostos a granel, exceto aqueles que necessitam de proteção para evitar danos à sua constituição física.

9.1 - A venda de produtos embalados será autorizada, caso a caso, pelo Gerente da feira.

9.2 – É desejável a utilização de embalagens biodegradáveis.

10 – Legumes e grãos deverão ser, preferencialmente, embalados em sacos de papel.

11 – Quando houver venda de produtos a peso, é obrigatório o uso de balanças devidamente aferidas.

11.1 – Não é permitida a venda de produtos por lote.

12 – Os preços praticados nas feiras deverão obedecer as faixas propostas pelo Conselho de Feiras e aprovadas pelos feirantes.

13 – É obrigatório, para os produtos vendidos a granel, o uso de plaquetas padronizadas para a informação dos preços.

13.1 – Para os produtos embalados, o feirante poderá optar pela sinalização do preço em cada embalagem.

13.2 – A utilização de outras formas de sinalização de preços deverá ser autorizada, caso a caso, pelo Gerente.

14 – Os feirantes devem zelar por sua higiene pessoal.

15 – Depois de manusear dinheiro, os vendedores devem higienizar as mãos com álcool, antes de manusear produtos a granel.

16 – O feirante deve cumprir rigorosamente os horários de funcionamento da feira.

16.1 – O Gerente poderá autorizar exceções desde que devidamente justificadas.

17 – O feirante não poderá faltar à feira sem prévia comunicação ao Gerente, com 24 (vinte e quatro) horas de antecedência, ou sem apresentar posteriormente ao Gerente a justificativa para a falta.

17.1 – Em caso de falta sem prévia comunicação, o feirante deverá pagar, além dos valores discriminados no item 18 abaixo, o valor do aluguel das barracas.

18 – Em caso de falta com comunicação prévia, o feirante deverá pagar multa no valor referente à remuneração do Gerente, à contribuição para a ABIO e ao Fundo de Feira.

18.1 – O feirante tem direito a 2 (duas) faltas com comunicação prévia por ano sem pagamento de multa.

19 – Em caso de falta de produção, o feirante poderá licenciar-se da feira por um período de até 3 (três) meses.

19.1 – A licença deve ser comunicada por escrito ao Gerente.

19.2 – O feirante que teve sua pré inscrição aprovada somente poderá solicitar licença após haver participado da feira por um período mínimo de 1 (um) ano, sendo as exceções julgadas pelo Coletivo da Feira.

19.3 – Em caso de licença, não cabe o pagamento de multa.

20 – Caso não pretenda mais participar da feira, o feirante deverá comunicar ao Gerente sua intenção, por escrito, com a 2 (duas) semanas de antecedência.

21 – É proibido qualquer barulho que possa incomodar os moradores dos arredores da feira, particularmente durante a montagem e a desmontagem da mesma.

22 – Os feirantes devem informar o valor das vendas efetuadas a cada feira.

22.1 – Ao final de cada feira, o Gerente recolherá, diretamente em um envelope, a informação, que não precisará ser identificada.

22.3 - O envelope contendo as informações de todos os feirantes será lacrado, identificado com o nome e a data da feira, e entregue à ABIO.

22.4 – A ABIO compromete-se a manter sigilo sobre o valor das vendas de cada feirante, divulgando apenas o valor geral movimentado a cada feira.

23 – Cada feirante é responsável pela limpeza e pela organização do espaço ocupado por suas barracas e do entorno das mesmas.

23.1 – O espaço deve ser mantido limpo durante e após a realização da feira.

24 – É proibido aos feirantes fumar no espaço da feira.

24.1 – Entende-se por espaço da feira aquele ocupado pelo conjunto das barracas, acrescido de 5 (cinco) metros à frente, atrás e de cada um dos lados desse conjunto.

25 – É obrigatória a participação de todos os feirantes nas reuniões do Coletivo de Feira.

VI – RECLAMAÇÕES E DENÚNCIAS NAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 – Reclamações de consumidores, inclusive aquelas feitas a um feirante sobre outro feirante, e aquelas relacionadas à qualidade dos produtos, devem ser encaminhadas ao Gerente.

2 – Denúncias relacionadas à qualidade orgânica dos produtos deverão ser encaminhadas ao Gerente, mesmo quando apresentadas a um feirante.

3 – Reclamações e denúncias não poderão ser tornadas públicas, nem mesmo entre os feirantes, antes da apuração.

4 - O Gerente poderá, consultada a Comissão de Ética, determinar a retirada de venda de produtos sob suspeita de não atendimento dos regulamentos da agricultura orgânica.

5 – O Gerente comunicará aos feirantes o encaminhamento dado às reclamações e denúncias, bem como o resultado das apurações.

6 – Caso o feirante punido ou os demais feirantes discordem do encaminhamento, do resultado das apurações da análise e da punição, poderão apelar ao Conselho de Recursos da ABIO.

7 – O Gerente poderá, a seu critério, consultada a Comissão de Ética, coletar amostras de produtos para análise.

7.1 – A coleta de amostras deverá cumprir os procedimentos adequados.

VII – CUSTOS DAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 – São os seguintes os componentes dos custos de cada feira:

- a) aluguel da barraca;
- b) remuneração do Gerente;
- c) contribuição para a ABIO;
- d) fundo de divulgação.

1.1 – O valor correspondente a cada custo será definido pelo Conselho de Feiras.

2 – Todos os demais custos são considerados custos extras, devendo ser previamente aprovados pelo Coletivo da Feira e informado à Coordenação da ABIO.

VIII – RASTREABILIDADE NAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 – Os feirantes deverão entregar ao Gerente, antes do início de cada feira, o formulário Rastreabilidade de Produtos devidamente preenchido.

2 – O Gerente conferirá as informações por amostragem, conforme o Manual de Procedimentos Operacionais do Gerente.

IX – FALTAS E PUNIÇÕES NAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 – O descumprimento de qualquer das Regras de Funcionamento implicará em advertência, pelo Gerente, ao feirante, após orientações.

1.1 – As advertências deverão ser feitas por escrito, devendo uma cópia da mesma ser entregue ao feirante, e o original arquivado e entregue à Coordenação da ABIO juntamente com o Relatório Gerencial.

2 – Três advertências em 6 (seis) meses poderão, a critério do Coletivo da Feira, resultar em suspensão do feirante por uma feira.

3 – As faltas abaixo serão punidas com uma advertência, seguida de suspensão por um mês em caso de reincidência, podendo, em caso de nova reincidência, resultar, a critério do Conselho de Feiras, na exclusão do feirante:

- a) comercializar ou expor produtos sem garantia da conformidade;
- b) não dispor de cópias dos certificados;
- c) não entregar o Formulário de Rastreabilidade antes do início da feira.

3.1 – O feirante excluído poderá apelar da decisão ao Conselho de Recursos da ABIO.

X – BARRACA DA ABIO NAS FEIRAS ORGÂNICAS

1 – A barraca da ABIO é um espaço destinado a estabelecer um canal de comunicação entre os consumidores e a Associação, na pessoa do Gerente.

2 – Na barraca da ABIO haverá um formulário para que os consumidores deixem suas sugestões na Caixa de Sugestões.

3 – A ABIO poderá vender, na sua barraca, sacolas, camisetas, aventais e outros materiais promocionais da feira, da agroecologia, da agricultura orgânica e da alimentação saudável.

4 – Serão expostos e distribuídos, na barraca da ABIO, materiais de divulgação e explicativos sobre a ABIO e seus parceiros, as Feiras Orgânicas, a agroecologia, a agricultura orgânica e a alimentação saudável.

XI – ALTERAÇÕES E CASOS OMISSOS

1 – Os casos não previstos neste Acordo serão tratados pelo Conselho de Feiras.

2 – As alterações deste Acordo serão feitas pelo Conselho de Feiras.

ANEXO IV

PROPOSTA DE OBSERVAÇÃO - FOCO NO FEIRANTE

DATA:

1- INFORMAÇÕES PESSOAIS

1.1 Pseudônimo:

1.2 Idade:

1.3 Profissão:

1.4 Localização da Área Rural (Município/Distrito):

1.5 Reside na Área de Produção:

2- ASPECTOS FUNDIÁRIOS

2.1 Área Total:

2.2 Área Utilizada para o Cultivo:

2.3 O que Cultiva?

2.4 Condições Legais da Propriedade: (Título da Propriedade, Assentado da Reforma Agrária, Acampado, Arrendatário, etc.):

3- ASPECTOS ECONÔMICOS

3.1 Comercializa exclusivamente na Feira Cultural e Orgânica da Glória:

3.2 Caso a resposta do Item 3.1 seja NEGATIVA. Quais os locais de comercialização?

3.3 A família vive exclusivamente da renda gerada com a comercialização dos produtos na Feira Cultural e Orgânica da Glória?

4- O ENTRELACE DO FEIRANTE COM A FEIRA CULTURAL E ORGÂNICA DA GLÓRIA

4.1 A Quanto tempo (anos, meses ou dias) participa da Feira da Glória:

4.2 O que comercializa na Feira (descrever todos os produtos):

4.3 Comercializa exclusivamente próprios produtos (oriundos da área de produção):

4.4 Caso a resposta do Item 4.3 seja NEGATIVA. Quais os produtos comercializados:

4.5 Caso a resposta do Item 4.3 seja NEGATIVA. Qual a origem dos produtos comercializados:

4.6 Como se relaciona com o consumidor?

5- O ENTRELACE COM A CONFORMIDADE ORGÂNICA

5.1 Qual (is) os mecanismos de avaliação da conformidade:

Item	Mecanismo de Avaliação da Conformidade	Assinalar um X	Entidade
01	Certificação		
02	Controle Social		
03	SPG		

5.2 A quanto tempo está atrelado a 01 ou + de um Mecanismos de Avaliação da Conformidade (anos, meses ou dias):

5.3 Está associado a qual grupo da ABIO e/ou Controle Social?

5.4 A Quanto tempo está na atividade da produção orgânica (anos, meses ou dias)?

5.5 O por quê da produção orgânica?

5.6 Como assegura para o consumidor a conformidade com a agricultura orgânica (certificado, *banner*, rótulo, número do Cadastro Nacional de Produtores Orgânico (CNPO):

ANEXO V

PROPOSTA DE OBSERVAÇÃO – FOCO NO CONSUMIDOR

DATA:

1- INFORMAÇÕES PESSOAIS

1.1 Pseudônimo:

1.2 Idade:

1.3 Profissão:

1.4 Sexo:

1.5 Município e Bairro que reside:

2 - O CONSUMIDOR E A FEIRA CULTURAL E ORGÂNICA DA GLÓRIA

2.1 Como descobriu a Feira?

2.2 A quanto tempo frequenta a Feira (anos, meses ou dias)?

2.3 Frequenta exclusivamente a Feira da Glória?

2.4 O por quê de frequentar a Feira da Glória?

3 - O CONSUMIDOR E O FEIRANTE

3.1 Qual (is) produto (s) adquire na Feira:

3.2 Fideliza algum feirante? Qual(is) motivo(s)?

4 - O CONSUMIDOR E A CONFORMIDADE ORGÂNICA

4.1 O por quê de adquirir produtos orgânicos?

4.2 Como entende qualquer mecanismo de avaliação da conformidade (certificação, controle social e/ou SPG?

4.3 Como avalia uma relação de proximidade com o feirante, ou seja, ter acesso ao local de produção?