

# Feiras, feirinhas e feirões: a "economia dos centavos" em foco

Maria Catarina Chitolina Zanini  
Miriam de Oliveira Santos  
(orgs.)



**Feiras, feirinhas e feirões**  
**A “economia dos centavos” em foco**



**Maria Catarina Chitolina Zanini  
Miriam de Oliveira Santos  
Organizadoras**

# **Feiras, feirinhas e feirões**

## **A “economia dos centavos” em foco**

**E-book**



**2017**

© Dos autores – 2017  
zanini.ufsm@gmail.com

Editoração: Oikos

Capa: Juliana Nascimento

Revisão: Carlos A. Dreher

Arte-final: Jair de Oliveira Carlos

Conselho Editorial (Editora Oikos):

Antonio Sidekum (Ed.N.H.)

Avelino da Rosa Oliveira (UFPEL)

Danilo Streck (Unisinós)

Elcio Cecchetti (SED/SC e GPEAD/FURB)

Eunice S. Nodari (UFSC)

Haroldo Reimer (UEG)

Ivoni R. Reimer (PUC Goiás)

João Biehl (Princeton University)

Luís H. Dreher (UFJF)

Luiz Inácio Gaiger (Unisinós)

Marluza M. Harres (Unisinós)

Martin N. Dreher (IHSL)

Oneide Bobsin (Faculdades EST)

Raúl Fornet-Betancourt (Uni-Bremen e Uni-Aachen/Alemanha)

Rosileny A. dos Santos Schwantes (Uninove)

Vitor Izecksohn (UFRJ)

Editora Oikos Ltda.

Rua Paraná, 240 – B. Scharlau

Caixa Postal 1081

93120-020 São Leopoldo/RS

Tel.: (51) 3568.2848 / 3568.7965

contato@oikoseditora.com.br

www.oikoseditora.com.br

F299	Feiras, feirinhas e feirões: a “economia dos centavos” em foco / Organizadoras: Maria Catarina Chitolina Zanini e Miriam de Oliveira Santos. – São Leopoldo: Oikos, 2017. 140 p.; il.; color; 16 x 23 cm. E-book. ISBN 978-85-7843-669-8 1. Feira livre. 2. Comércio local. 3. Feira orgânica. 4. Economia local. I. Zanini, Maria Catarina Chitolina. II. Santos, Miriam de Oliveira. CDU 339.177
------	---

Catálogo na Publicação: Bibliotecária Eliete Mari Doncato Brasil – CRB 10/1184

## Sumário

Introdução – Breves observações sobre feiras, mercados e campesinatos .....	7
<i>Maria Catarina C. Zanini</i>	
<i>Miriam Santos</i>	
Metamorfoses da continuidade: balas, acarajés e “banhos” – três comércios da Feira de São Joaquim, Salvador, Bahia .....	11
<i>Lídia Maria Pires Soares Cardel</i>	
<i>Márcio Nicory Costa Souza</i>	
Técnicas corporais e ritmos do trabalho nos mercados de rua: um ensaio sobre a relação entre gestos corporais e atos de fala .....	40
<i>Viviane Vedana</i>	
Quando a feira é feita por e para quem planta: a experiência da Feira Estadual de Sementes Crioulas e Tecnologias Populares de Canguçu .....	59
<i>Stella Maris Nunes Pieve</i>	
<i>Carmen Janaina Batista Machado</i>	
<i>Renata Menasche</i>	
<i>Larissa Mattos da Fonseca</i>	
Mercados e território: as feiras orgânicas e agroecológicas no Rio de Janeiro .....	82
<i>Annelise Caetano Fraga Fernandez</i>	
<i>Fernanda da Silva Ferreira</i>	
Iguarias derivadas da mandioca: do rural ao urbano o consumo de uma tradição nas feiras livres de Aracaju .....	108
<i>Sônia de Souza Mendonça Menezes</i>	

Los mercados campesinos: una estrategia para la incidencia en las políticas públicas sobre alimentación en la ciudad de Bogotá .....	128
<i>Ismael Díaz</i>	
Sobre os autores e as autoras .....	138

# Introdução

## Breves observações sobre feiras, mercados e campesinatos

*Maria Catarina C. Zanini*  
*Miriam Santos*

Este livro é resultado de um projeto de pesquisa intitulado “Na feira: produção, distribuição e consumo entre agricultoras feirantes na região central do Rio Grande do Sul”, sob coordenação de Maria Catarina Chitolina Zanini, vigente desde 2011 e financiado pela Capes/CNPq no edital MCTI/CNPq/SPM-PR/MDA N. 32/2012. É o terceiro de uma série de *e-books*, todos publicados pela editora Oikos, que procuram, cada um a seu modo, chamar a atenção para este importante espaço de interações sociais.

Nessa introdução, gostaríamos de destacar como as feiras e os mercados têm ocupado historicamente um lugar central na reprodução do campesinato. Galeski (1979) percebe o campesinato como um sistema fechado em si mesmo, um trabalho familiar em que a família é ao mesmo tempo unidade de produção e de consumo. Na mesma linha, Kautsky (1968) afirma que o camponês:

[...] vende produtos agrícolas, mas não emprega assalariados, senão em pequeno número, por vezes algum camponês que não seja capitalista, mas simples produtor de mercadorias. Este é um trabalhador que não vive da renda que traz sua propriedade; vive do seu trabalho [...]. Ele necessita da terra como meio de transformar o seu trabalho em garantia de sua existência, não para a obtenção de lucro ou renda fundiária. Posto que o resultado de sua produção lhe reembolse as despesas e também lhe pague o trabalho investido, ele terá a sua condição de existência garantida (KAUSTY, 1968, p.151).

O Renascimento Mercantil vai provocar o surgimento das feiras. Algumas, como a de Saint-Denis, organizada no século VII, surgem junto às abadias. Várias cidades europeias surgem justamente nos locais em que se realizavam as feiras, e essas são fundamentais para o ressurgimento das

idades e o desenvolvimento do capitalismo. São elas que dinamizam e promovem trocas nos locais em que se processam.

No Brasil, as feiras livres, que são um dos objetos centrais desse livro podem ser descritas como:

[...] modalidade de mercado varejista ao ar livre, de periodicidade semanal, organizada como serviço de utilidade pública pela municipalidade e voltada para a distribuição local de gêneros alimentícios e produtos básicos (MASCARENHAS; DOLZANI 2008, p. 75).

Tedesco (2013), contudo, ressalta que as trocas ocorridas na feira não são apenas materiais e que elas são também um espaço de intercâmbio de saberes. Zanini tem observado em suas pesquisas entre e com feirantes na cidade de Santa Maria-RS que as feiras são espaços privilegiados de sociabilidade, de trocas de elementos diversos, muito além das econômicas. Há muita memória, muito conhecimento e saberes que circulam nos processos interativos de compra e venda nas feiras. Há também trânsitos entre o mundo rural e o mundo urbano como construções simbólicas que se encontram fisicamente no espaço das feiras, nas relações entre feirantes e clientes.

Seyferth (1999) vai assinalar que é justamente a comercialização de mercadorias que vai contribuir para a diferenciação do campesinato de origem europeia, separando colonos fortes e fracos<sup>1</sup>. A autora ressalta que os colonos dependiam dos comerciantes, e que havia uma relação de subordinação com os chamados “vendeiros”.

A palavra colônia tem, na realidade, um duplo significado: designa a área rural (com suas “linhas”), em sua totalidade, e sua fração mínima, o lote ou pequena propriedade familiar do colono – unidade de produção policultora, cujos excedentes, por meio das trocas realizadas nas “vendas”, passavam às mãos dos comerciantes. Estes, no início, operacionalizavam as transações sem usar dinheiro, em um sistema de trocas no qual os colonos deixavam seus produtos e levavam mercadorias não produzidas na colônia – como ferramentas, equipamentos, sal, querosene, tecidos etc. Muitos comerciantes possuíam serrarias e engenhos destinados à fabricação de fubá, açúcar e farinha de mandioca; a matéria-prima, nos dois casos, também era fornecida pelos colonos. Esse tipo de comércio cresceu com a expansão da área colonizada, apesar do início bastante modesto. E

---

<sup>1</sup> Segundo Seyferth, no sul do Brasil houve a “formação e consolidação de uma sociedade camponesa, cuja base fundiária é a pequena propriedade policultora trabalhada pela família do proprietário; camponeses que mantêm um estilo de vida próprio, um modo de produção específico, apesar das transformações ocorridas desde o século passado e das pressões capitalistas” (SEYFERTH, 1990, p. 21).

cresceu porque os “vendedores” tinham o controle dos mecanismos que regulavam as transações: arbitravam o valor das mercadorias trocadas, instituíram um sistema de conta corrente (assinalando o que era deixado pelos colonos e o que estes levavam em troca, em um processo quase infundável de endividamento dos que produziam menos excedentes) e tinham o controle do transporte para Itajaí através do rio. Resumindo, os excedentes econômicos advindos da produção agrícola camponesa acumulou-se nas mãos dos “vendedores” (SEYFERTH, 1999, p. 69).

Ou seja, o controle dos preços e dos pagamentos permitia aos “vendedores” uma acumulação econômica que acabava levando a uma diferenciação econômica e social no seio desse campesinato de origem europeia.

Ainda antes do estudo de Seyferth, Waibel (1958) já assinalava:

Uma família pioneira começa o ciclo cultural comprando a terra numa área de mata desabitada. Em seguida, derruba e queima a floresta, à maneira dos índios; planta milho, feijão preto e mandioca usando cavadeira e enxada, e constrói uma casa primitiva, primeiramente de folhas de palmeiras e, depois, de tábuas, geralmente sem janelas de vidro. A fim de utilizar o excesso de suas safras, cria porcos e vende a banha ou os porcos vivos, em troca de alguns artigos de que necessita e não produz. Tem ligação com o mundo exterior apenas por uma picada [...] vive em grande isolamento. O seu contato principal é com um “vendista”, o vendeiro da vizinhança, que engorda e enriquece, enquanto os laboriosos colonos vegetam numa existência miserável (WAIBEL, 1958, p. 227).

No Nordeste, temos os exemplos da Feira de Caruaru em Pernambuco e suas transformações, inclusive a implementação da Feira da Sulanca, feira de confecções que utilizava retalhos de malha das fábricas do Sudeste, em um local em que a feira se destacava justamente pelo artesanato. São lugares e tipos de feira diferentes, mas que se assentam sobre bases comuns de mercados que dinamizam as economias locais em que se desenvolvem.

No presente livro, procuramos dar conta de tal diversidade, apresentando feiras que acontecem no Nordeste, no Sudeste e no Sul do Brasil, e também um mercado de Bogotá. O último texto oferece um contraste em relação aos demais, já que não fala do Brasil e seu ponto de vista não é acadêmico. Contudo, apesar de todas as diferenças entre os artigos, no fundo todos falam de feijões e de tostões.

## Referências

GALESKI, Boguslaw. Problemas sociológicos de la ocupación de los agricultores. In: SHANIN, Teodor. *Campesinos y sociedades campesinas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1979.

KAUTSKY, K. *A questão Agrária*. Rio de Janeiro: Lemmert S. A., 1968.

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

SEYFERTH, G. *Imigração e Cultura no Brasil*. Brasília: UNB, 1990.

SEYFERTH, Giralda. Etnicidade, política e ascensão social: um exemplo teuto-brasileiro. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 61-88, out. 1999.

TEDESCO, J. C. Economia de circuitos curtos, da qualidade e dos territórios étnicos: uma análise da dinâmica produtiva e mercantil na Rota das Salamarias – Norte e Noroeste do RS. *Revista Extensão Rural*. Santa Maria: UFSM, v. 21, n. 3, set./dez. 2013

WAIBEL, Leo. *Capítulos de Geografia Tropical e do Brasil*. Rio de Janeiro: IBGE, 1958.

# **Metamorfoses da continuidade: balas, acarajés e “banhos” – três comércios da Feira de São Joaquim, Salvador, Bahia**

*Lídia Maria Pires Soares Cardel*

*Márcio Nicory Costa Souza*

## **Introdução**

Na beirada, num pedaço dela, num istmo do aterramento de parte da Cidade Baixa de Salvador, Bahia, está a Feira de São Joaquim, uma das maiores feiras livres soteropolitanas. Ocupando uma área de 34 mil metros quadrados, à margem da Av. Eng. Oscar Pontes, entre o mar da Baía de Todos os Santos, sua antiga fronteira líquida, ao lado do terminal marítimo de *ferry-boats* de mesmo nome e um colégio público, encontra-se o sítio da feira, local privilegiado para a circulação de bens e pessoas entre a capital e os municípios do recôncavo baiano.

As feiras livres ou o comércio realizado nas ruas de Salvador atendem, desde o período colonial, ao abastecimento da cidade. Salvador foi concebida, no século XVI, como fortaleza militar e sede política e religiosa e, como tal, precisava ser abastecida por produtos de fora. Daí a busca por alimentos, mantimentos e elementos outros em vilas e lugarejos de sua hinterlândia, mais precisamente o Recôncavo, região próspera do antigo ciclo econômico da cana-de-açúcar e voltada atualmente para uma forte agricultura familiar. A sua posição geográfica, ao pé da escarpa em que se situavam as edificações da capital, adequou-se bem aos fins estratégicos do projeto da colônia, e em seu porto, então, instalam-se ainda hoje saveiros e outras embarcações carregados de produtos e alimentos das mais variadas regiões. A intensa movimentação desses saveiros e de cargas de origens diversas estimulou, desde o Brasil Colônia, a formação de pontos de comercialização direta, a retalhos, junto ao desembarque, e distribuição dos víveres e objetos de uso.

Além da sua posição geográfica privilegiada que a transformou numa cidade receptadora de bens (tanto para o comércio externo quanto para o interno), o tecido social da cidade de São Salvador, baseada na herança escravagista, tinha como estrutura básica da relação de exploração interracial a figura central do *negro e da negra de ganho*, elemento social central no processo da comercialização de produtos “como hortaliças, verduras, peixes, frutas, comida pronta, fazendas e louças” (SOARES, 1993, p. 53), que, na sua complexa estrutura hierárquica, estabeleceu não apenas o sustentáculo de uma nascente classe média branca urbana, como uma classe média e média baixa negra e mestiça de pequenos comerciantes/feirantes.

Santos (1959) e Mattoso (1978), ao se voltarem para a análise do tecido social do comércio de rua e as suas funções comerciais na Cidade do Salvador, procuram mostrar que — sendo uma cidade voltada para o porto — a exportação e a importação de produtos levou a uma organização específica deste sítio, espaço em que iriam se localizar a Feira de São Joaquim, que sempre esteve identificada à precedende, a Feira de Água de Meninos, e esta à sua originária, a Feira do Sete, fundada na década de 20 do século passado, no sétimo armazém das docas da Codeba (Companhia Docas do Estado da Bahia)<sup>1</sup>, cujos produtos comercializados vinham principalmente do Recôncavo, em saveiros trazidos pelo rio Paraguaçu à capital da Bahia, dos mais variados lugares da região.

De acordo com Tavares (s.d.), o comércio varejista em Salvador foi por décadas regulado por este trânsito marítimo, sobretudo os produtos destinados ao consumo alimentar. Na cidade de Salvador, a ida às compras era coordenada pela chegada dos saveiros carregados de diversos produtos do Recôncavo e dos municípios do seu interior, e o retorno e a partida das embarcações eram igualmente aguardados com os produtos manufaturados e industrializados (como tecidos, artigos de cutelaria e plástico) advindos da capital. Pinto (1998, p. 112-113) faz referência a este sistema de trocas entre Salvador e sua hinterlândia, que se estruturou desde a fundação da cidade através da imensa orla que circunscreve a Baía de Todos os

---

<sup>1</sup> De acordo com Paim: “Nas proximidades da Praia do Sete [situada nos dias atuais entre a Rua Israel e o Moinho Salvador], homens e mulheres construíram abrigos e casebres cobertos com folhas de flandres, telhas de zinco enferrujadas adquiridas nos rescaldos dos incêndios ou demolições das antigas casas ou casarões” (2005, p. 26).

Santos, palco dessas trocas. Desenvolvia-se entre Salvador e “o colar de cidades e vilas que orlam a baía” de Todos os Santos uma troca intensa formando toda uma

[...] rede contínua de comércio que leva e traz, pelas águas da baía, dos outros portos do Recôncavo para as rampas de Salvador e vice-versa – as frutas, as verduras e hortaliças, pequenos animais vivos, marisco, carne verde (embarcada em São Roque) [...] sem falar no abastecimento contínuo de população rural que se urbaniza (PINTO, 1998, p. 112).<sup>2</sup>

Naquele período, a prefeitura de Salvador procurou controlar a fixação de pontos de venda a fim de manter a mobilidade da feira, mas a proibição da fixação de pontos estáveis de comércio de rua foi uma regra que não se firmou devido ao histórico “comércio de ganho” estabelecido no tecido urbano desde os primórdios da sociedade escravagista. Em 1934, um incêndio de grandes proporções destruiu a Feira do Sete, causando a sua transferência para a enseada de Água de Meninos. A localização da “nova” feira à época, próxima ao cais, explica o seu crescimento e expansão, – numa mistura de pescaria, bares, boates, ancoradouro e restaurantes – já que era por via marítima que grande parte do mercado soteropolitano era abastecido de mercadorias e produtos regionais.

Era nesta área, que veio a ser ocupada pela feira, que se faziam “as aguadas para todas as embarcações da marinha, tanto real, como mercantil ou do comércio”, e tinha começo a “calçada chamada de Água de Meninos, menos elevada, mas comprida, e por esta podiam livremente subir seges [...]”, escreveu Simas Filho (1980, p. 46), comentando o texto em que Luís Vilhena se referia às comunicações entre as cidades alta e baixa. E o autor continua: “[...] do Pilar até Água de Meninos, [...] ‘depois de comprida distância acompanhada toda de casas e curtumes, desagradáveis pelo fétido’, alcançava-se um largo ‘alegre e desafogado’, Água de Meninos” (SIMAS FILHO, p. 52). O largo “alegre e desafogado” nos oitocentos se converteu em um espaço tumultuado, engarrafado e inchado com a expansão e ocupação da Feira de Água de Meninos.

---

<sup>2</sup> O texto de Costa Pinto utilizado foi escrito na década de 1950 a partir de levantamentos efetuados e viagens nos anos de 1950 e 1951, no âmbito do Programa de Pesquisas Sociais do Estado da Bahia, junto a Columbia University (1949-1953). O texto definitivo fora publicado em 1958, segundo Azevedo, organizadora da coletânea.

A história da Feira de Água de Meninos, além da sua pujança, é marcada pelo episódio trágico de seu incêndio em 5 de setembro de 1964. Depois da calamidade, a feira foi transferida provisoriamente para a enseada de São Joaquim, “com o termo de concessão para a ocupação da área assinado pelas Docas, Prefeitura Municipal e Sindicato dos Feirantes e Ambulantes da Cidade de Salvador [...]” (LOBO et al, 1992, p. 28), e administrada efetivamente pelo sindicato. O que era provisório acabou se transformando em permanente, e hoje a Feira de São Joaquim continua presente na paisagem da referida enseada da Cidade Baixa. Persiste, inclusive, como um “mercado livre”, com suas características próprias de funcionamento e dinâmica.

Se tomarmos as três feiras (Sete, Água de Meninos e São Joaquim) como um *continuum*, ou se as percebermos num escorço histórico como um fenômeno de longa duração, encontraremos íntimas relações com sua hinterlândia imediata. A feira, que foi expressão do pulso acelerado e intenso da economia local e regional em Água de Meninos, hoje é igualmente pulso, mas bate num compasso modesto no fluxo das atuais transformações no Recôncavo e na sua cidade-sítio, Salvador, lançando-se por outros tentáculos e nutrido e sendo nutrida por outras relações.

Neste sentido, nos propomos neste artigo a destacar e descrever as dimensões daquilo que nominamos como as *metamorfozes da continuidade* de um espaço de livre comércio umbilicalmente interligado com as microeconomias locais. Ou seja, buscamos compreender como se caracteriza a permanência da feira no sentido de um espaço mercantil como um lócus de provisionamento local e regional diante das mudanças na rede geral de abastecimento da cidade de Salvador e nos hábitos comerciais, detendo-nos na descrição e na compreensão das conexões entre as mutabilidades dos tipos de comércio e as forças ou teias sociais que se aninham como tentáculos de sustentação e nutrição da feira.

### **Balas, acarajés e “banhos”: três comércios de São Joaquim**

Um primeiro contato com a Feira de São Joaquim e até mesmo as sucessivas visitas nos levam a perceber uma grande e intrincada movimentação de pessoas e mercadorias, com as oscilações dos dias, semanas e meses ao longo do ano, é claro. Contudo, o que nos é mais aparente, o que “dá

aos olhos” como dizem os informantes, são as pessoas, os feirantes e uma gama de outros trabalhadores vinculados e misturados às mercadorias.

Entretanto, nas duas últimas décadas, apesar de um intenso fluxo, é comum nas falas dos feirantes um diagnóstico sobre a retração no consumo, nas vendas e nas diversidades dos produtos disponíveis. Alguns, inclusive, sinalizam para o quanto a mudança de ramo em suas próprias trajetórias expressa essas oscilações no mercado. Seu Davi, 49 anos, vendedor de especiarias numa banca de madeira, por exemplo, começou como ajudante de um tio e de um primo assim que partiu de sua terra natal, há quase 30 anos (cidade de Nazaré das Farinhas), estimulado pelas notícias do sucesso de companheiros já estabelecidos em Salvador e levado a migrar pelas parcas perspectivas no meio rural onde residia com a família, abrindo seu próprio negócio depois de três anos de intensa “labuta e suor no rosto”, comprando sua própria banca. Nesse tempo, trabalhava com a venda de roupas que comprava em alguns polos de produção e distribuição no estado nordestino de Pernambuco, como nas cidades de Toritama, Santa Cruz de Capibaribe e na própria Feira de Caruaru.

Uns vence e se dá bem, né, e aí fica com inveja. Aí eu disse: eu vou também! Um irmão veio e ele começou como ajudante. Depois me trouxeram, esse irmão e um primo para tomar conta de uma banca. Meu irmão e meu primo que me indicou. E eu vim e sempre fiquei juntando meu pé-de-meia e aí comprei a minha banca. [...] comecei com uma banca de roupas, viajava para Pernambuco e comprava lá, mas aí a crise e esse negócio de cartão acabou comigo. Daí, passei para isso aí de hoje (Davi, 49 anos, feirante há 27 anos).

Atualmente ele trabalha com a venda de especiarias, e estas mudanças de ramo comercial fazem parte da dinâmica da Feira de São Joaquim em resposta às demandas econômicas que a permeiam: há uma significativa mutação nos negócios de acordo com a flutuação da economia local e regional. Isto é, de tempos em tempos, há uma necessária mutabilidade desses espaços, dos feirantes e dos seus ramos de trabalho, estabelecendo uma dinâmica que está longe de isolar a feira dos outros mercados e dos fluxos de mercadorias com novas procedências e estruturas produtivas. Ou seja, a feira reflete – e refrata – essa dinâmica que implica desaparecimento ou retração de um ramo e soerguimento de outro, sustentado pela concorrência que o espaço propicia e pela simbiose entre a diversidade na feira. O depoimento de Carlos, feirante há mais de 20 anos em São Joaquim é ilustrativo:

Então, mesmo nos momentos de crise, é difícil você ver assim as falências gerais. Falências na feira... elas **acontecem muito por essa dinâmica da mudança**. Aqueles comerciantes que não percebem essa dinâmica, que as pessoas estão deixando de obter o seu produto, né, ou aquele ramo está entrando em decadência para se adequar a um outro ramo ou realidade. Esses aí entram em falência e acabam saindo da feira. **A exemplo dos vendedores de calçados da feira e de roupas que, num dado momento, vamos dizer assim, tiveram uma presença muito forte dentro da feira, até porque não existiam as redes de lojas de calçados e de roupas na cidade**. Ao longo das décadas é que foram entrando essas redes de lojas, com preços bem competitivos, com prazos, crediários e tudo mais... a época da Sapataria Santana, Bezerra, e outras mais. Então, fez com que esses ramos fossem entrando em decadência. Então, hoje **só temos uma loja efetivamente de calçados numa rua que tem, chama-se de Rua do Calçado, mas você encontra hoje muito mais bombonnières e restaurantes [...]** [grifos nossos] (Carlos, 55 anos, feirante há 23 anos).

Um de nossos informantes relaciona essa mutabilidade à própria história da feira. Esta mutabilidade é também em termos físicos, dado o crescimento das estruturas pela enseada, com os aumentos das quadras, do número de boxes e dos pontos de instalação de barracas.<sup>3</sup> Quando inquirido sobre o número de feirantes e sobre a própria impressão quanto ao tamanho da feira, nos respondeu:

Não tem diminuído não. Eu acredito que tem ficado talvez estável nos últimos 5 anos, talvez. Mas, em relação às últimas duas décadas, talvez tenha até crescido um pouco, né? Tem a questão do desemprego... a feira tem inchado um pouco, né? **As próprias bancas são estruturas mais novas na feira, algo seguramente de uns 30 anos pra cá, as bancas, né, as chamadas bancas**. Antes eram só os boxes. A própria feira, desde sua origem, ela vem crescendo. Algumas quadras foram construídas, depois da feira estar ali, as quadras e as próprias bancas passaram a surgir. Depois, em termos de movimento, de faturamento da feira, a feira vem, pelo menos, os mais antigos contam, que em dada época, faturava-se muito mais. Claro que nisso estávamos tratando do feirante médio, né? Especialmente os cereais, as farinhas... mas certamente alguns ramos têm crescido e faturado mais ao longo dos anos. E aí **a gente pode destacar alguns ramos como a bomboniere, o ramo da culinária baiana, camarão, massa de acarajé, e também o ramo artigos religiosos**. Por que a culinária baiana? Até como opção de vida de muitas pessoas hoje, o acarajé, tombado como patrimônio cultural imaterial,

---

<sup>3</sup> Por exemplo, segundo dados da OCEPLAN, órgão de planejamento municipal, em estudo realizado em 1979, a área ocupada pela Feira de São Joaquim correspondia a quase 20.000m<sup>2</sup>, com mais de 1.700 pontos comerciais, entre barracas e bancas. Os documentos mais recentes, desde meados da década de 1990, apontam para um crescimento na área ocupada, passando para 34.000 m<sup>2</sup>, com quase 2.800 pontos comerciais. Estes dados são incorporados em matéria do jornal A Tarde, de 05.05.1996, intitulada “Supermercados tiram fregueses de feirantes”.

mas as atividades das pessoas que vendem, comercializam o acarajé, cada vez se multiplica mais, se populariza mais, até pelo índice de desemprego ser muito grande, cada negócio novo se torna uma opção maior (Joel, 50 anos, feirante há 22 anos).<sup>4</sup>

Comparando os anos de 2003 e 2004, quando fazíamos as primeiras incursões de trabalho de campo na feira, com as últimas visitas realizadas entre 2012 e 2013 – e principalmente neste último ano –, percebemos a expansão marcante de uma atividade outrora incipiente: a venda de massas para acarajé, a conhecida “massa pronta”. Naquele primeiro momento, observamos a trajetória do Seu Manuel, então com 82 anos de idade, inventor de maquinários para o tratamento do feijão fradinho utilizado no preparo das massas de acarajé e abará<sup>5</sup>.

Sr. Manuel é outro caso de um feirante que tem a Feira de São Joaquim como *locus* de sua necessária reinserção – “é [a feira] uma complementação de renda, para ajudar a família que é grande”. Com 85 anos, branco, natural de Penedo, no estado de Alagoas, **se considera o inventor de um “sistema de feijão”, no qual o feijão é lavado, descascado e moído**. Fabricante e vendedor das máquinas que processam o feijão e de variedades de massas para a feitura do acarajé e do abará, Sr. Manuel, por detrás dessa ocupação, revela uma longa trajetória ocupacional. [...] Tendo trabalhado na antiga fábrica de chocolates CHADLER, no ramo da construção civil, no consórcio que deu origem à Petrobrás e como pequeno empresário no ramo da alimentação, de pré-moldados e com uma pequena fábrica de petiscos de amendoim, Sr. Manoel resolve vir para a Feira e nela, alugando um box na Rua da Descarga, no fundo da Feira, abrir um comércio de máquinas desenvolvidas pelo próprio. [...] Não podendo levar a “fábrica de amendoins”

---

<sup>4</sup> No Jornal A Tarde de 03.01.1996, em matéria intitulada “Obras em S. Joaquim estão quase prontas”, referindo-se às obras de um projeto de revitalização da feira, principalmente de caráter sanitário, realizado pela Prefeitura de Salvador no governo de Lídice da Mata (1993-1996), temos uma fala do Sr. Nilton Ávila, presidente do Sindicato dos Trabalhadores em Feiras, Mercados e Vendedores Ambulantes de Ruas e Praças (Sindferp): “Para se ter uma idéia do que é São Joaquim, quando iniciamos o cadastramento dos ambulantes havia menos de 300. Hoje são 800. Quer dizer, a feira cresce por minuto”. Referia-se aos ambulantes instalados à frente dos portões da feira, na Av. Oscar Pontes, que depois tornaram-se alvo do governo do Prefeito Antônio Imbassahy (1997-2000 e 2001-2004). Documenta esse fato a publicação intitulada “Retratos da cidade – Salvador antes – Salvador agora”, de 1998, realizado pela secretaria de comunicação social da Prefeitura de Salvador, tendo como capa as fotografias do mesmo trecho da Av. Oscar Pontes, em frente à Feira de São Joaquim, onde se vê a ocupação da avenida pelos feirantes e o “engarrafamento” e o “reordenamento” do espaço realizado em 1997. Acompanham também fotografias de trecho da “Ilha dos Ratos”, área ocupada por barracas de chaparia e oficinas mecânicas, onde se comercializavam carros usados e se realizavam reparos e consertos na rua, ao longo do passeio em direção ao Moinho de Salvador, na Avenida Oscar Pontes.

<sup>5</sup> Quitutes de origem afro-brasileira.

mais adiante, entrando em crise no ramo por conta do Plano Real, e acometido de um câncer de próstata aos 79 anos, Sr. Manuel se confessou abalado pelas circunstâncias. “O que me trouxe pra Feira [de São Joaquim] foi eu não ter mais condição de levar a fábrica adiante, por falta de capital de giro, que era uma coisa necessária, e uma doença que eu adquiri [...]”; Mas, tratado e curado no Hospital Aristides Maltez, localizado no bairro de Brotas, em Salvador, Sr. Manoel encontrou ânimo novo e, aos 80 anos, expressava o entusiasmo de um possível recomeço – aliando a sua criatividade, engenho e vontade – desenvolveu o já dito *sistema de feijão* (SOUZA, 2005, p. 80-82) [grifos nossos].

Com quase 5.000 baianas de acarajé registradas na cidade de Salvador, a venda dos quitutes nos tabuleiros movimentava um enorme comércio de ingredientes nos mercados, feiras e centros de abastecimento. Na busca pelos ingredientes para compor os bolinhos de feijão-fradinho cozidos ou fritos em azeite de dendê, além de todas as outras quitutes da culinária baiana, um “mundo de gente”, como rotula o Sr. Jair, feirante de verduras, frequentam, desde o início da madrugada, a feira, com o intuito de comprar o feijão descascado, o camarão seco, o azeite de dendê, a cebola, o tomate, o amendoim e tantos outros insumos das receitas.

Vindo de variados lugares do estado, principalmente de cidades do Recôncavo Baiano (região histórica, política e administrativa), o feijão, o camarão e o azeite de dendê são comprados diariamente na Feira de São Joaquim. E o volume das transações não é pequeno. Segundo D. Nair, 60 anos, filha de Seu Manuel, para produzir 90 a 100 bolinhos, de 80 a 100 gramas cada, são necessários em torno de 10 kg de massa pronta, além do azeite para fritar e dos temperos como cebola, sal e os complementos que os recheiam.

Valor Agregado – Além dos ingredientes do acarajé, frutas, verduras, legumes, colheres de pau, produtos de cerâmica e palha também são adquiridos pelas baianas que fazem compras diariamente. “É um comércio em cadeia, que garante o sustento de muita gente. Alguns feirantes vendem mais, outros menos, mas é um produto de comercialização certa, de grande durabilidade e de faixa de lucro satisfatória”, salienta Ronaldo (A TARDE, 21.09.2003).<sup>6</sup>

O Sr. Manuel, o personagem que deu vida ao processo de industrialização semiartesanal da massa de feijão fradinho, anteviu o sucesso de em-

---

<sup>6</sup> “Feiras livres ganham com acarajé”. Matéria de Marjorie Moura, publicada na seção Comércio no jornal *A Tarde*, em 21.09.2003.

preendimentos econômicos ligados a esse hábito alimentar, e, articulando engenho e tino comercial ante as vicissitudes da vida, pôs-se a inventar.

[...] **E aqui estou esperando que este negócio, que eu acredito futuroso, cresça, porque tira todo o trabalho das baianas.** Elas chegam aqui e dizem: me dê 4 quilos de massa, a massa tá pronta e elas levam. Chegam aqui e dizem: eu quero comprar uma máquina, a máquina está pronta [...] e elas levam. Então **a coisa tá crescendo. Eu criei, modéstia a parte, um produto, um sistema *sui generis* na Bahia, no Brasil e quiçá no mundo; que me perdoe a imodéstia, porque hoje minha vida resume-se nesse negócio.** Eu sou aposentado desde 80 [...] Eu sou o criador absoluto de tudo (Sr. Manuel, 89 anos – entrevista em 2012) [grifos nossos].

[...] variedade total é aqui. Você tem aqui na feira do gengibre ao moinho, da máquina de escrever ao computador, aqui tem tudo, você quer comprar aqui um gergelim, você compra. **Só faltava mesmo feijão e massa, e nós estamos aqui** (Sr. Manuel, então com 83 anos, 2006) [grifos nossos].

Simpático, cortez em nos receber, disponível e generoso com seu tempo e atenção às nossas perguntas, Sr. Manoel, em 2012, continuava trabalhando na feira, porém em outro local – antes numa oficina com ponto de venda na Rua da Carga e Descarga, tendo uma agradável vista para a baía, e atualmente num box na Rua do Camarão, com uma marca estampada em frente ao local: “do Chef” – Máquinas para Acarajé e Abará. Mas sua reinvenção como feirante e negociante na Feira de São Joaquim já vinha de longa data, como vemos nesta passagem de uma reportagem sobre a feira realizada por uma mídia escrita local.

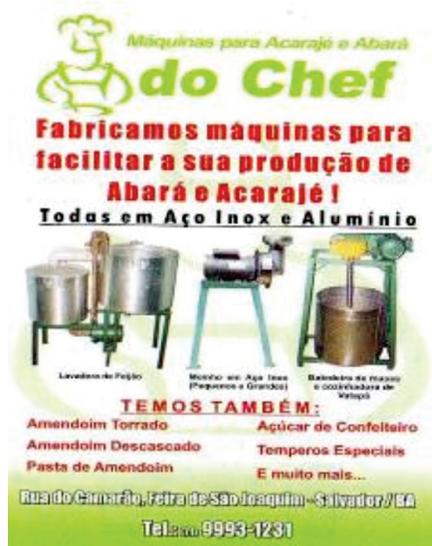
Mostrando a versatilidade deste mercado, o inventor Manuel Antônio dos Santos iniciou há um ano as atividades de sua pequena loja Feijão e Massa – Acarajé e Abará, na Feira de São Joaquim. Para tornar o negócio rentável, desenvolveu equipamentos especiais para descascar, lavar e moer o feijão-fradinho (A TARDE, 21.09.2003).<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> “Varejo oferece massa pronta”, *A Tarde*, 21/09/2003.



F  
F & M  
M  
FEIJÃO E MASSA  
ACARAJÉ / ABARÁ  
&  
MASSA PRONTA  
FEIRA DE SÃO JOAQUIM,  
ÁREA DE CARGA E DESCARGA  
BOX 14/ FONE: -314-3903



Máquinas para Acarajé e Abará  
**do Chef**  
Fabricamos máquinas para  
facilitar a sua produção de  
Abará e Acarajé!  
Todos em Aço Inox e Alumínio

Limpeza de Feijão    Moinho em Aço Inox (Pequenos e Grandes)    Estrelado de massa e cozimento de Vampá

**TEMOS TAMBÉM:**  
Amendoim Torrado    Açúcar de Confeiteiro  
Amendoim Descascado    Temperos Especiais  
Pasta de Amendoim    E muito mais...

Rua do Comércio, Feira de São Joaquim - Salvador/BA  
Tel: (71) 9993-1231

Figuras 1 e 2: Cartazes do negócio de Seu Manoel, em 2004 e 2009.

O negócio que o Sr. Manuel prosperou, e atualmente ele vende o “sistema de feijão” para outros feirantes, como também, para fora do estado e para outros países. E pensa que o “véi parou”, como brincou em nosso recente reencontro? Não, agora está em outra invenção! Voltando a falar de suas memórias, num tom de seriedade quando se trata de uma confissão memorialística, confessa que foi na Chandler, antiga fábrica de chocolates localizada no largo de Roma, na Cidade Baixa (Salvador-Bahia), onde trabalhou no setor de operações e manutenção, que aprendeu noções de elétrica e mecânica, bem como de engenharia de máquinas. Nesta memória-trabalho (como nos aponta Bosi) está fincada a sua história de vida e o seu patrimônio memorialístico de saberes e aprendizados que dá suporte ao seu papel de feirante-negociante-inventor. Desde então, ele constrói os protótipos das máquinas de torrefação de amendoim e de processamento do feijão fradinho (ingrediente central da massa do acarajé e do abará) que torra, resfria, descasca e mói, isto é, “quatro máquinas em uma”, como anuncia. Conforme constatamos, o empreendimento do Sr. Manoel se coadunou com as demandas locais que permeiam as atividades da Feira de São Joaquim, principalmente com as necessidades dos frequentadores e outros feirantes, conseguindo ampliar a oferta de matéria-prima às baianas de acarajé e reforçar e diversificar o comércio daqueles feirantes que trabalham

no ramo, introduzindo um novo nicho de atividade à feira, contando, inclusive, com um sistema de entrega via motoboy. Desta forma, observamos que o novo, ou seja, a modernidade reflexiva<sup>8</sup> adquirida pelo informante como funcionário de chão de fábrica, possibilitou uma comunicação direta com as tradições e os hábitos alimentares baianos, criando um vínculo entre modernidade e tradição.

Por meio da história do Sr. Manuel, conseguimos iluminar, no bojo da nossa pesquisa, como o espaço vital de uma feira livre está aberto aos processos de transformações constantes impressas pela dinâmica dos grandes centros urbanos e dos locais de produção e de consumo. Esta dinâmica abre espaços para outras formas de relações econômicas que, por estarem ligadas ao setor industrial, estão quase sempre interligadas com o mercado de grandes atacadistas. A partir da década de 1990, após as transformações implementadas pelas grandes redes de supermercados no processo de comercialização de hortifrutigranjeiros na cidade de Salvador, a Feira de São Joaquim começou a se remodelar e a receber no seu interior os comerciantes de varejo. Assim, além da venda do alimento *in natura* advinda do trabalho familiar e da pesca artesanal, da comercialização de folhas sagradas e medicinais, de animais vivos para rinha de galo, obrigações religiosas e para compor pratos da culinária regional (galinha ao molho pardo, meninico, maniçoba, feijoada, entre outros), do processamento e da venda de carne verde bovina, do ramo da “massa pronta” para o acarajé e o abará, que tomam duas ruas inteiras (a Rua do Camarão e a Rua 05), tem-se também o comércio de doces, as chamadas bombonieres, que longe de serem elementos estranhos à São Joaquim, demonstra a capacidade de reinvenção do tecido social e econômico da feira urbana mais antiga da cidade de Salvador, Bahia.

Destarte, se até meados da década de 1980 São Joaquim se mostrava como um lócus da identidade elementar da baianidade e se voltava para a comercialização de produtos advindos da agricultura familiar, dos artesanatos regionais e dos elementos essenciais da religiosidade afro-brasileira, na atualidade suas atividades se abriram para outros vários contextos econômicos, o que aponta para o fato de como o espaço das feiras livres possui grande dinâmica e plasticidade. Um dos nossos informantes, logo no início

---

<sup>8</sup> No sentido elaborado por Giddens (1991).

das nossas pesquisas, em 2006, já havia sinalizado para o quanto grande parte do comércio de balas, chicletes, chocolates, pés-de-moleque, banana-das (nego-bom) entre outros, realizado nas ruas e no interior dos ônibus que circulam pela cidade era abastecido na Feira de São Joaquim. Com fábricas instaladas no sul e no sudeste do país e depósitos nas cidades de Feira de Santana-BA e Simões Filho (cidade da região metropolitana), os doces chegam a São Joaquim e são espalhados para toda a cidade. Segundo Dona Rosalina, 52 anos, na feira há 7 anos, comercializando doces em um box alugado, os doces industrializados são descarregados dos caminhões na frente da feira e aí são espalhados por toda a cidade conforme as encomendas e os pedidos.

A gente trabalhava com mercadinho de bairro. Aqui a dificuldade é menor. Tem todas as mercadorias perto. Facilitou porque nós temos fornecedores, tem os vigilantes que trabalham em grupo. A gente faz o pedido e eles trazem na barraca (D. Rosalina).

Vítima, por duas vezes, de assalto a mão armada em seu negócio familiar, um mercadinho no bairro do Lobato, D. Rosalina e o marido, Sr. Euclides, 55 anos, decidiram ir para a Feira de São Joaquim e continuar comercializando produtos industrializados: chicletes, batata frita, balas, amendoim torrado, amendoim condimentado, pé-de-moleque, salgadinhos, bananadas, jujubas, paçocas, bolachinhas de goma, geladinho americano, entre outros. Hoje, ela considera vantajoso o negócio por conta da segurança privada na feira, pela diminuição dos custos com o frete de mercadorias, “praticamente inexistente em alguns casos”, e pela concentração de bombonieres no local, o que torna possível a venda a preços mais baratos. Como uma rede, mas longe de não exercerem concorrência entre si, as bombonieres tornam possível a “simbiose-comunitária” que percebemos na fala do Sr. Joel, 50 anos, feirante há 22 anos:

A feira tem uma questão que é um comércio ajudar o outro. **Um ramo termina ajudando o outro, né? O atacado ajuda o varejo, o varejo ajuda o atacado, cereais ajuda bomboniere, bomboniere ajuda outros ramos, e assim vai... Os serviços da feira... as coisas, tudo, as coisas tão muito imbricado**, porque no espaço você encontra tudo, tudo! De tudo que você procura e até de coisas inusitadas que você não encontra em outros espaços você acha [grifos nossos].

A diversidade das atividades e das formas de produtos de comercialização ajudam a manter a dinâmica da feira, tornando possível compras

não previamente desejadas e/ou planejadas pelos consumidores pela simples oferta-exposição. É isso que torna viável o modesto negócio de D. Rosalina ante à concorrência das grandes casas do ramo, que possuem vários funcionários e grande estoque regular. Vendendo para pequenos baleiros, para vendedores que atuam no interior dos ônibus, para os donos de barracas e bancas de escola, e se reabastecendo dos fornecedores diretos e dos “grossistas” (varejistas intermediários), D. Rosalina sobrevive exclusivamente do seu negócio, expressando a atração que o ramo, em crescimento, desperta nos feirantes ou pequenos e microempresários.

Não obstante esta interpenetração de atividades mercantis ligadas à indústria alimentícia, a feira-livre de São Joaquim tem como base econômica e identitária uma relação umbilical com o mercado das práticas religiosas. Dentro do leque de diversidades da sua atuação socioeconômica, o comércio de artigos religiosos e de uso fitoterápico – imagens de santos, orixás, folhas, banhos, misturas, acessórios, contas, amuletos, bonecos, animais vivos, etc. – representa uma fatia considerável dos negócios realizados na feira. As plantas no universo das religiões afro-brasileiras são usadas para propósitos ritualísticos pelas comunidades de terreiros e crentes. E na medicina popular ou nos sistemas de crenças afro-brasileiros, as plantas detêm um duplo papel: sacral e terapêutico<sup>9</sup>.

**Integra o corpus terapêutico do candomblé uma liturgia das folhas:** itens vegetais que funcionam como elementos de um código sacramental e como fármacos. As folhas são, de longe, as partes dos vegetais mais empregadas no candomblé, em ritos diversos, e particularmente em operações de cura, em terapias. [...] Vegetais cultivados, submetidos a preparo culinário, são objeto de oferendas alimentares feitas aos orixás e antepassados; mas quando se fala em folhas pensa-se, em princípio, em plantas não cultivadas – e não submetidas a operações culinárias. [...] Acontece hoje o cultivo, nos terreiros e adjacências, de folhas que outrora eram coletadas “no mato”, mas se tornaram dificilmente acessíveis; ocorre também a aquisição de algumas folhas em mãos de agricultores especializados (PACHECO, 2002). Essas adaptações foram tornadas inevitáveis por circunstâncias limitadoras e apenas são aceitas “porque não tem outro jeito”. O ideal da coleta das folhas por sacerdotes das Casas interessadas teve de ser, em grande

---

<sup>9</sup> “O papel sacral, também de cunho social, tem muito a ver com a medicina popular presa a um universo sacralizado, controlador das forças sobrenaturais [...] O papel terapêutico deve-se aos princípios ativos medicamentosos presentes nas plantas, cujas atividades biológicas condizem com os usos terapêuticos. Não é difícil de constatar que as plantas têm seus papéis determinados dentro dos rituais e estes têm muito a ver com suas propriedades, a partir dos elementos químicos que encerram (CAMARGO, 1997, p. 4).

medida, abandonado, ou limitado a liturgias mais “críticas” **na maioria dos candomblés do perímetro urbano de Salvador, por força das dificuldades de acesso a áreas verdes onde elas se mostrem encontráveis em abundância. Isso motivou a crescente demanda de tais itens em mercados e feiras populares (em São Joaquim e nas Sete Portas, por exemplo); há erveiros especializados nesse fornecimento** [SERRA, 2002, p. 5-6] [grifos nossos].

Há na feira toda uma cadeia de comercialização voltada para as atividades dos terreiros de candomblé e outras religiões de matriz africana. O consumo de folhas e objetos para uso medicinal, obrigações para cada orixá, iniciações, culinária para oferendas e outros tantos ritos particulares, além do uso estético-ritual, compõe uma verdadeira economia do sagrado. A demanda pelas folhas transformou a Feira de São Joaquim e a Feira da Sete em espaços fundamentais das transações econômicas para os rituais sagrados, tanto de ervas quanto de animais vivos (especialmente em São Joaquim). Inclusive, as circunstâncias novas impostas pelos processos de urbanização e gentrificação da cidade de Salvador levaram os demandantes deste tipo de mercadorias a realizarem adaptações. Isto explica, ante a diminuição das áreas de florestas no entorno ou cercanias dos terreiros, a busca por “casas de folhas” em feiras livres, além da incorporação de outras espécies nativas nos rituais, num ajuste pelo intercâmbio de finalidades e efeitos terapêuticos passados de geração a geração, mas também pela experimentação intensa, a fim de atender aos interesses litúrgicos, medicinais e ornamentais.

Na Feira de São Joaquim se encontra de tudo: legumes, frutas, cereais, carnes, objetos para uso doméstico, dentre outras utilidades. Mas tem um setor da feira mais voltado para o lado espiritual. São barraquinhas que oferecem itens, principalmente das religiões afro-brasileiras. Filtros, patuás, guias, imagens, tanto de santos quanto de orixás e muitos outros produtos que fazem do local um verdadeiro “shopping místico” [A TARDE, 13.02.2005].<sup>10</sup>

Presentes nas “preparações de amacis”<sup>11</sup>; banhos, banhos de defesa, de limpeza, de purificação; nas preparações de comidas, bebidas e remédios;

---

<sup>10</sup> Matéria escrita por Cleidiana Ramos, intitulada “A fé também se alimenta nos boxes de São Joaquim”, publicada em A Tarde, na p. 7, no domingo, dia 13.02.2005.

<sup>11</sup> “Amaci, amassi, amansi, amasin, maci são variantes gráficas para designar preparações à base de plantas utilizadas em ‘banhos’ destinados a induzir bem-estar, nos quais são empregadas ‘folhas verdes’, recém coletadas, maceradas e imediatamente usadas e que no Brasil são chamadas de Omiero”, segundo Barros [1983: 104] [CAMARGO, 1997, p. 2].

nas cremações em incensórios, cachimbos, charutos e cigarros” (CAMARGO, 1997 p. 3), as plantas ou ervas, e todo um uso sagrado da flora, encontra lugar para aquisição na feira. E os outros segmentos de comércio se articulam internamente, no espaço da feira, ao ofertar uma miríade de opções, condições e preços aos consumidores.

Se as mercadorias imprimem nas ruas seus nomes, ajudando a localizar ou indicar onde ficam ou estão disponíveis para a compra e a venda, o comércio religioso e fitoterápico imprime na Feira de São Joaquim a condição de ser um dos seus principais redutos. Quase todos os consumidores entrevistados compram ou já compraram artigos de uso fitoterápico, ervas, cascas de árvores, sementes, folhas ou compostos concentrados para serem diluídos e usados em banhos. É curiosa a enorme presença desse hábito comercial entre os clientes, mesmo em um universo de entrevistados aleatório e sem qualquer controle amostral. Alguns estudos sobre o valor comercial de espécies vegetais apontam para um crescimento associado “em parte à divulgação das vantagens da fitoterapia e, principalmente, à constante elevação dos preços dos medicamentos industrializados” (AZEVEDO; SILVA, 2006, p. 185). Dona Cristina, 45 anos, católica, diz que evita tomar medicamentos alopáticos, que tem horror a médico e que sempre comprou na feira folhas secas, cascas e sementes para o preparo de chás:

Não gosto de ficar tomando remédio. Uma dorzinha aqui e já tá tomando analgésico... nem pensar. Tomo meu chá de boldo, cidreira, de louro, camomila, erva doce... as vezes é só um mal-estar e o pessoal já tá tomando essa química toda. Não, comigo não é assim. [...] na minha família tem histórico de pressão alta, e eu nunca tomei remédio... minto, já tomei, sim, mas parei depois que me ensinaram geléia de melancia, vai uma banca quase toda, você faz o suco, bate com os caroços, tem que fazer sem, mas é bom para os rins, aí já tem outra finalidade, né? [risos], aí a gente cõa, e faz geléia... uma colher já tá bom. [...] Outra coisa é a noz-moscada ralada. É uma beleza pra pico de pressão... minha mãe já teve pico de pressão e sarou com noz-moscada ralada... eu ponho na comida e tenho sempre um saquinho com um pouco dela ralada para qualquer necessidade, né? (Entrevista em janeiro de 2013).



Figura 3: Imagem da pombagira “Maria Padilha”; detalhe ao fundo: quadro com imagem de Santa Luzia segurando bandeja com olhos. Foto: Márcio Nicory, 2012.

Nossa experiência em campo e os nossos informantes nos mostraram que falar sobre saúde e hábitos farmacológicos é um terreno fértil e profundo quando se trata da Feira de São Joaquim, tanto com os feirantes vendedores como com os consumidores. Dentre as plantas e os elementos ditos medicinais, os mais procurados e vendidos são: alecrim, alfavaca, pau-de-resposta, cajaborão, bejericum, catuaba em pó, carqueja, canela em pau, camomila, erva-doce, cravo, orégano, sene, sal grosso, canela, boldo, açafraão, imburana, sucupira, enxofre, centro, alho-macho, alfazema, barbatimão, semente e casca de jatobá, pau-para-tudo, cravo, guaraná em pó, caroço de guaraná, pau-d’arco, semente de urucum, pedra de incenso cheirosa, bucha paulista, quina-quina, semente de noqueira, noz-moscada, amesca ou cola de incenso, entre outros, eventualmente procurados e encomendados com parcimônia, devido aos preceitos religiosos e os tabus ligados aos processos de coleta, preparo e receptação por parte de quem vende e de quem compra, conforme Sr. Davi, 49 anos, proprietário há 30 anos de uma barraca<sup>12</sup> de folhas e elementos sagrados. Entre temperos para preparo de

<sup>12</sup> Não resistimos em pedir a outros entrevistados para descreverem as “especiarias” e folhas vendidas. E encontramos um mundo de folhas, e um campo ideal para uma pesquisa fitoterápica e de medicina popular: aroeira, arruda, avenca, babosa, boldo, camomila ou matricária, cana

alimento, ervas secas, folhas, sementes e cascas para preparo de chás, preparados prontos para uso como água de flor de laranjeira, em poucos minutos de instigante conversa podemos ter uma aula, incluindo a receita, sobre usos fitoterápicos desses e de outras especiarias com o nosso informante.

Segundo o Sr. Davi, a entrecasca da imburana evita e ajuda a combater o enjôo, tontura e dores gástricas; a casca da sucupira é ótima para dores de coluna, para fazer chá e confeccionar emplastos; já a casca do barbatimão lavada e depois picada é muito indicada e usada para inflamações e “menstruação demorada”; a casca do jatobá é indicada para dores nas pernas e articulações, distensões, artrites e artroses, assim como o gengibre ralado, ambos diluídos em álcool e utilizados sob a forma de emplasto com gaze; a água de flor de laranjeira é calmante; a noz-moscada, como nos receitou D. Cristina, deve ser moída em ralo fino e é utilizada para a prevenção de derrame e hipertensão; as sementes de alecrim, além de tempero, são usadas como cicatrizante, para evitar gases intestinais e reumatismo; a semente da noqueira, mastigada ou ingerida como chá (feito em infusão) é recomendada para dor de barriga e limpeza da flora intestinal; a quina-quina, muito amarga, é boa para o fígado e tem efeitos abortivos também; a bucha-paulista também tem efeitos abortivos e é utilizada para o tratamento de sinusite crônica e outras inflamações na mucosa da laringe, faringe e fossas nasais. Os feirantes de produtos medicinais também exercem o papel de terapeutas e possuem receitas que prescrevem aos seus clientes. Sr. Davi nos passou uma receita, segundo o próprio, muito requisitada por “homens de mais idade para animar a vida”. Instigados pela metáfora utilizada por nosso informante, perguntamos se a receita tinha uma nomenclatura. Com alguma hesitação, ele nos relatou o nome da medicação: “Viagra da Feira”. A receita prescrita é simples, segundo suas palavras: “duas lascas de pau-de-resposta, um dente de alho-macho, uma colher de mel, 2 copos de água filtrada, um pedaço pequeno de gengibre, um pedaço de canela e uma dose

---

de macaco ou caatinga, carqueja, cavalinha, cipó-chumbo, erva-cidreira, erva-de-cobra, eucalipto, erva-doce, girassol, jatobá, jequitibá, juazeiro, jurubeba ou jurubebinha, língua de vaca, louro-preto ou canela preta, malagueta ou pimenta camarim, malva e malva-branca, mamona, manjerona, manjeriço fresco e seco, maracujá-açu, maravilha, marapuama, pau-d’alho, pirapiroba ou caapeba, pau-d’arco, pau-ferro, peroba, quebra-pedra ou arrebeta-pedra, sabugueiro, saponácea, tamarindo, trevo-cheiroso ou coroa-de-rei, umbaúba, urtiga branca ou vermelha, vassoura, velame do mato, branco ou miúdo, dente de leão etc.

de conhaque”. O preparo da receita é simples também: deve-se misturar todos os ingredientes e acrescentar o ingrediente “arrematador”: uma dose de conhaque! Esse, segundo o Sr. Davi, não pode deixar de entrar na receita, pois “melhora o gosto e ajuda a descer” o preparado. Obviamente, existem técnicas a serem seguidas. A mistura deve descansar num frasco de vidro previamente lavado “de um dia pro outro”. É importante também que se verifique se as cascas estão bem lavadas, secas, antes de serem picadas em pedaços diminutos. E, como indica o nosso feirante-terapeuta, “se começar a cheirar a mofo, não serve pra curar. Tem que jogar fora e fazer outra receita”.

Recomendações semelhantes são dadas pelo Sr. Raimundo e por Dona Judite, 68 e 71 anos respectivamente, ambos feirantes desde os tempos de Água de Meninos. Aquele trabalha na Rua da Carga e Descarga, comercializando folhas verdes e algumas frescas, além de cascas de paus. As folhas, principalmente, são indicadas em combinações para banhos de descarrego, para limpar, para energizar, tirar cansaço, melhorar a autoestima, limpar, para “dar acolhimento”, como, por exemplo, a mil-em-ramas, a mirra, a malva, a aroeira, a guiné, a espada de São Jorge, a arnica e a abrecaminhos, ou capinanha, esta também indicada para o tratamento do colesterol alto, ou também a língua de vaca, indicada para o tratamento de inflamações e para cicatrização, além de ser utilizada para controlar a insônia e combater cálculos renais. E Dona Judite, vizinha da banca de feira do Sr. Raimundo, trabalha comercializando imagens e compostos para banhos, além de incenso bruto para ser queimado e purificar ambientes. Ambos dizem que a procura é grande, seja por demandas específicas de saúde própria ou de alguém da família ou conhecido, seja para conquistas mais subjetivas e de trato social, como “mal olhado, tristeza da alma e amor perdido”. As ervas e produtos que revendem servem para os banhos de descarrego, de amaci (para acalmar, relaxar) de sacudimento (sucesso nos negócios), banhos para abrir os caminhos, para dores em partes do corpo e os mais procurados para a mistura de simpatia e preparo do corpo: os banhos para o amor. Seja para o uso medicinal, litúrgico ou ornamental, as plantas vendidas na Feira de São Joaquim são usadas para cura, tratamentos e prevenções de doenças, assim como para produzir o bem-estar, afastar os maus espíritos, evitar mau-olhado, proteger a casa e evitar a inveja ou o olho-gordo.

Entretanto, antes deste material fitoterápico chegar à feira, ele deve ser recolhido e preparado por uma pessoa iniciada no “conhecimento da natureza”. Em conversa discreta, quando nos mostrou algumas cascas de pau d’arco, pau-ferro e pau de resposta, “as vezes difícil de encontrar”, o Sr. Raimundo nos confessou que possui um “fornecedor iniciado”, ou seja, uma pessoa que conhece e conversa com os bens da natureza, pois para cortar e colher as plantas e juntar as cascas “deve ter respeito e sabedoria”. O coletor ou a coletora são oficialmente conhecidos como “mateiros”, isto é, aquele(a)s que “caçam” as ervas no mato, colhem em horários apropriados e levam à feira para os “erveiros”, os feirantes especialistas no comércio de plantas. Sr. Raimundo, nascido no Recôncavo Baiano, em Cabaceiras do Paraguaçu, fala que o pai já trabalhava com “essas coisas de planta”, e que a mãe conhecia muitos tipos e sabia preparados para muitas finalidades.



Figuras 4 e 5: Pacotes de banhos de ervas: “Dezata nó” – detalhe à direita do banho “Vote em mim” para políticos!; Pannel (outdoor) do “Palácio de Oxossi”, móvel e sobre a loja. Fotos: Márcio Nicory, 2012.

Em suma, conhecimento, referência às ervas não só pelos nomes populares, diagnóstico a partir de sintomas ou indicações genéricas aos clientes-visitantes, receituário detalhado e posologia ou prescrições de dosagem ou quantidade a ser administrada, são atributos que os “erveiros” entrevistados neste cotejamento pontual demonstraram, bem como a preocupação com as possíveis contraindicações e, em alguns casos, até a preparação e a ingestão de antídotos. Os feirantes-erveiros exercem um papel importante no interior do imaginário da religiosidade e da medicina dita popular. Eles detêm o conhecimento de um *savoir-faire*, e de acordo com a finalidade ou

resultado esperado pelo cliente-paciente, que pode apresentar sintomas físicos e/ou espirituais e emocionais, criam e repassam um receituário das ervas curativas sob a forma de garrafadas, óleos, unguentos, chás, sucos, saladas, banhos, defumadores, benzeduras, rezas, cataplasmas, lavagens, inalações, entre outras formas de uso. E cada uma destas pode ser preparada de variadas formas: os chás, que podem ser feitos por infusão, maceração, fervido etc.; os cataplasmas, confeccionados em forma de pastas ou compressas, por exemplo; ou as infusões como as garrafadas ou banhos. Conhecendo, conversando, diagnosticando, receitando, vendendo, indicando procedimentos de preparação e descarte das folhas, no caso dos banhos<sup>13</sup>, os feirantes-erveiros-feirantes conjungam todos esses saberes. Mas, além dos banhos a serem preparados pela conjunção das ervas apropriadas, na feira se vendem também banhos industrializados, caixinhas e pacotes que contêm “uma seleção de ervas e plantas escolhidas de grande alcance espiritual”, como está impresso no verso de uma embalagem cujo produto possui o sugestivo nome de *Banho extrato de ervas naturais dezata nó*, que vem com o receituário indicando o modo como o produto deve ser utilizado.

Vendendo esses e outros produtos – a maioria comprada na própria feira na mão dos atravessadores internos grossistas–, dando receitas e fazendo indicações a clientes ávidos por indicações eficientes e para curiosos, os feirantes-erveiros têm fregueses provenientes de vários estados do Brasil, pois além das ervas, vendem também condimentos para alimentos e principalmente, o “tempero baiano”, muito utilizado na culinária regional. E, ao falar sobre o perfil dos compradores, nosso informante aponta como o gênero e a geração estão ligados ao perfil dos frequentadores da feira com relação ao produto que se deseja adquirir.

[...] homem não compra nada, mas mulheres compram sempre. Quem compra mais isso [mostra um punhado de folhas de louro] é mulher, né? É mais dona de casa. A maioria dos meus clientes são dona de casa, cozinheira... Homem só vem de vez em quando. E é até elas que compram pros maridos, pra dor, mal-estar [risos] (Sr. Davi).

---

<sup>13</sup> Os banhos não devem ser preparados por outras pessoas. O preparo, conforme as indicações, é pessoal e intransferível, sob risco de ineficácia, desvio de vibrações e energias, podendo comprometer os efeitos desejados. Além do descarte das folhas após os banhos, “as folhas que caem”, que não deve ser recolhidas de qualquer jeito e ou colocadas em qualquer lugar. Indica-se que elas sejam recolhidas e deixadas em vasos grandes de plantas, jardins, em rio ou mata, mas nunca no lixo nem nas ruas.

É o mesmo Sr. Davi que expõe em sua banca cartelas em formato de “tiras com saquinhos”, com pequenas porções de cravo, louro, canela, urucum e açafrão pilado para tempero e medicamentos. São “cartelas” que “têm muita saída” e os clientes desta forma de comércio são, em sua maioria, os donos de mercadinhos ou pequenas vendas de bairro que compram para revender nas suas localidades. São esses pequenos empresários que alimentam a maior circulação dos produtos “em atacado” ao abastecer seus estabelecimentos, dispersando ou irradiando os produtos concentrados na feira, pela cidade afora. As mulheres compram sempre no varejo, em quantidade para ser utilizada pelos seus grupos domésticos. Isto não significa que estes pequenos mercadinhos de bairro sejam comércios essencialmente masculinos, mas que o papel de negociar em grande quantidade é visto, pensado e agenciado pela figura masculina.

E a Feira de São Joaquim também é o lócus central da venda de utensílios de barro e utensílios de palha, utilizados tanto na culinária quanto nos rituais religiosos.

Restaurante, hotéis, pessoal que faz eventos típicos e o pequeno também. [...] A feira é esse centro de abastecimento de toda cidade. A feira abastece no atacado, vamos dizer assim, essas outras feiras, ainda que possa não ser o único abastecedor, mas, diria, em boa parte, o principal. E a feira também abastece os restaurantes, as pequenas mercearias e até as grandes delicatessen e outras mais, em muitas coisas, em muitos artigos. Eu mesmo, vendo para todos eles (Héilton, 36 anos, vendedor de cerâmicas e cestarias).

Como destaca Sr. Jorge, 45 anos, cliente da feira e dono de um mercadinho de bairro localizado no bairro da Liberdade: “Quase sempre eu compro em São Joaquim. Assim é possível fazer 20 a 25% de lucro, principalmente em verduras e cereais, como feijão, farinha...”. O preço e a localização, como registra Bernardo Menezes, em matéria publicada em *A Tarde* (05.02.2004)<sup>14</sup>, “tornam os mercadinhos de bairro atrativos”, facilitando a vida da clientela. A frequência a esses mercados, além do preço e da proximidade de casa, é regulada pelos avulsos e parques proventos. Assim, pequenos ou microempresários, a fim de fidelizar os clientes das redondezas, lançam-se em busca de produtos a preços mais baratos, comprando no atacado ou em grandes lotes. Indo à Feira de São Joaquim conseguem encontrar além de variedade, preços que tornam possível a revenda e o lucro.

---

<sup>14</sup> “Preço e qualidade são a força dos mercadinhos”, matérias redigidas por Bernardo Menezes, publicada em *A Tarde*, 05.02.2004.

“Compro em São Joaquim tangerina, maracujá e verduras em quantidade, a saca, redes ou montes... e revendo a quilo. A margem é boa. Uma saca de maracujá ‘devez’ sai por 15-16 reais, revendo ao quilo, e ela tem até 30 quilos de maracujá. A vantagem é certa”, afirma o Sr. Jorge.

Esta estratégia é utilizada por boa parte da clientela que frequenta a feira, como pequenos atravessadores e abastecedores de mercearias, de vendas, de padarias e de comércios variados da cidade de Salvador, sejam estes localizados em bairros nobres ou na periferia, na cidade alta ou na cidade baixa.

**Um segmento que talvez atinja mais a feira hoje, são os minimercados de bairro. Esses, sim, competem, muitas vezes, com a feira. Porque... pela sua estrutura até parecida como a dos feirantes, em termos de enxugamento de quadro, eles conseguem ter preços competitivos com a feira. E até com algumas vantagens, porque estão mais próximos das pessoas. Mas, mesmo esses, acabam se abastecendo, em boa medida, na feira. Ai, se ainda eles possam estar concorrendo... sei lá, vamos botar... com o feijão, com a gente, ou com o arroz, comprando em outros lugares, no entanto vem comprar o coentro, vem comprar o tomate, a cebola, frutas, produtos de bomboniere, uma gama de outras coisas na feira e acabam dando oportunidade, às vezes, de comprar muitos produtos que, geralmente, compravam em outros lugares, mas muitas vezes estavam com o preço melhor, e acabam concorrendo (Joilson, 56 anos, atacadista há 15 anos na Feira) [grifos nossos].**

Segundo o Sr. Joilson, do depoimento acima, os mercadinhos de bairro competem com a feira em certos setores, mas também permutam com ela. Há uma “troca” entre esses pontos de venda localizados nos bairros distantes da feira e que conseguem repassar os produtos de forma “vantajosa” tanto para o proprietário como para os seus clientes, suprindo necessidades urgentes e evitando deslocamentos maiores. Por serem pequenos negócios, e quase sempre estabelecimentos que utilizam a mão de obra familiar, assemelham-se à estrutura comercial da feira e estabelecem preços mais baixos que os grandes empreendimentos, ao reduzirem os custos e oferecerem uma gama de produtos raramente comercializados pelas grandes redes de supermercados. E assim, neste processo de troca, nutrem a feira, abastecendo-se da sua diversidade e variedade e das condições de pagamento diferenciadas<sup>15</sup>. É sabido que os preços finais combinam valor agregado, trabalho e

---

<sup>15</sup> A rigor, é devido ao emprego de mão de obra familiar e/ou subremunerando e concentrando as atividades em figuras como “faz tudo”, ou seja, enxugando a folha de pagamento, que os

margem de lucro, diferencial entre o preço de compra e preço de repasse. Combinando supressão de mão de obra e as diferentes unidades de medida a feira consegue maior margem de lucro na variação de preços do que os supermercados.

A feira é composta, na sua maioria, por pequenos empresários, e muitos deles, além de dono único, são os funcionários do estabelecimento. Quando muito, têm um ou dois funcionários. É claro que tem empresas maiores, como bombonieres, com 20, 30 funcionários. Então, vamos dizer assim: essa maneira enxuta dele trabalhar **faz com que ele tenha competitividade**, e tenha também mobilidade (Joel, feirante, representante sindical) [grifo nossos].

Não tava arrumando trabalho lá [Cachoeira, cidade do Recôncavo Baiano]. Aqui era melhor para trabalhar. Aqui dá pra se virar com tudo. Já vendi na praia, já trabalhei carregando compra em porta de mercado. Mas, aqui [na feira] é o lugar melhor de ganhar dinheiro. Qualquer coisa que você colocar na mão, você vende. Só fica parado quem quer (Seu Edvaldo, 50 anos, vendedor de vísceras).

Como vemos nas falas dos nossos informantes, são os preços competitivos e a variedade de produtos que tornam São Joaquim também atrativa para o segmento da população pobre, que vive de renda flutuante ou incerta, mas quase sempre diminuta. Sr. Joel, feirante, explica, a partir do seu ramo, como se articulam a variedade e a viabilidade ante poucos proventos:

[...] é que na feira, diferente do supermercado, que trabalha com um determinado padrão da mercadoria, nós temos todo o tipo de variedade e de mercadoria. A exemplo do feijão que vende no supermercado, embora variem as marcas, mas basicamente há um tipo só de mercadoria, vamos botar um tipo 1 de mercadoria, feijão tipo 1, estourando tipo 2, na feira você encontra o tipo 1, tipo 2, tipo 3, tipo 4, tipo 10, tipo desclassificado, e com as variações de preços, de cores, de tamanho. E o que não dá para determinado tipo de cliente, acaba atendendo o outro. Eu sempre digo: quem tem dez bocas pra alimentar não tá se importando muito se o feijão que ele vai levar é aquele brancão, chamado tipo 1, tipo anão, cores, toda aquela classificação lá, ou se é aquele outro que já tá, até de certa forma, bem escurecido pelo tempo e até mais curado, e que ele mesmo até prefere porque é um feijão mais consistente, que dá um caldo mais apurado e que, quando cozinha junto com a carne, ele não se esbagaça e nem pega na panela. Como diz o pessoal, o feijão novo as vezes ele queima, ele gruda no fundo da panela. Então, mas principalmente pela questão do preço, que ele precisa levar só 15, ou 20 ou 30 quilos, que aquela é a conta que dá no mês.

---

donos de mercadinhos e outros pequenos negócios “informais”, conseguem competir. A explicação econômica da viabilidade da inserção social pela “informalidade” parece ser uma regra reproduzida nestes espaços e nestas atividades.

## Conclusão

À variedade dos produtos encontrados em São Joaquim se inscreve mais uma importância à feira: além de ser um espaço para o trabalho e para as ocupações provisórias<sup>16</sup>, ela possui um contexto memorialístico para a cidade de Salvador e para o Recôncavo Baiano. A entrevista com o Sr. Carlos, 62 anos, representante da Coordenação de Feiras e Mercados, com longa experiência técnica no segmento, ilustra de forma interessante essa importância:

Veja a importância que tinha [a feira]: o vestido de noiva do casamento era comprado em São Joaquim; o paletó era comprado em São Joaquim, o sapato era comprado lá também... Veja como a Feira tinha um significado. E isso não desaparece completamente.

Atendo-nos ao conceito de “modernidade anômala” de José de Souza Martins (2008), compreendemos que a sociabilidade contemporânea é capaz de produzir fenômenos sociais combinados e novos a partir de elementos tradicionais e modernos. Desta forma, a feira pode ser pensada como um reduto, um caleidoscópio de possibilidades, ao compor num mesmo espaço práticas e comportamentos de muitas temporalidades. É possível vender coisas inventáveis e é possível consumir o que não seria possível em outros espaços. Essa polissemia pode ser compreendida pelo depoimento e pelo significado que ele traz através da nossa experiência de campo:

A feira é geográfica... e a cada geração da pobreza ela fortalece a existência da Feira de São Joaquim, porque lá você pode encontrar, dentro do que você tenha de recursos, tem possibilidades de comprar o alimento. Aí, o quesito quantidade ou qualidade é algo para se discutir... Mas, **o indivíduo que tem pouca, com este pouco ele consegue comprar na Feira de São Joaquim, e a Feira de São Joaquim não agride ele**, porque ele não se sente violado, ou violentado dentro de sua estrutura de pobreza ou de excluído. Ele se sente participe daquele processo, ele se vê naquele processo, ele se identifica naquele processo, porque ele encontra... é um encontro de almas, naquela relação ali estabelecida. O que não é a mesma coisa... Por exemplo, uma dona de casa que tenha apenas R\$ 5,00 e deseja preparar algum alimento, ela jamais vai entrar com este dinheiro no supermercado. Com R\$ 5,00, mesmo que ela ande a pé, **ela vai à Feira de São Joaquim e ela lá consegue comprar... a cultura do ‘monte’, a cultura do produto ‘no monte’, com**

---

<sup>16</sup> Em muitas situações, no contexto soteropolitano, marcado pelo desemprego e pelo peso do setor de serviços, a provisoriamente da inserção informal no mercado de trabalho, como analisa Luiz Paulo Oliveira (2005), se torna cada vez mais permanente – uma paradoxal constância de inconstância na trajetória ocupacional.

**R\$ 5,00 reais são vários montes, mas com 5 reais não são vários quilos de alimento** (Carlos, 62 anos, representante da CFM) [grifos nossos].

A feira oportuniza o consumo para os “consumidores falhos” dos quais fala Bauman (1998). Isto é, “pessoas incapazes de responder aos atrativos do mercado consumidor porque lhes faltam recursos requeridos”. Como “objetos fora do lugar”, produto-refugio do desenvolvimento capitalista, estes consumidores ainda encontram, em espaços como a feira, possibilidades de participar do mercado consumidor.

Os centros comerciais e os supermercados [...] impedem a entrada dos consumidores falhos a suas próprias custas, cercando-se de câmeras de vigilância, alarmes eletrônicos e guardas fortemente armados; assim fazem as comunidades onde os consumidores afortunados e felizes vivem e desfrutam de suas novas liberdades; assim fazem os consumidores individuais, encerrando suas casas e seus carros como muralhas de fortalezas permanentemente sitiadas (BAUMAN, 1998, p. 24).

Na Feira de São Joaquim, emaranham-se mercadorias de variados tipos e procedências, gente, necessidades, desejos e possibilidades. Os comércios estão amarrados, ligados em rede ou teia, numa simbiose econômica, funcional, útil, mas também sagrada, ritual, simbólica. As balas não alimentam somente o consumo pulverizado de doces pela cidade, nem são somente um meio de trabalho de muitos vendedores que perambulam pela cidade, mas também no mundo sagrado, “agradam as crianças”, os erês, os meninos de Cosme e Damião, os Santos. É na feira que esta e outras festas sagradas e/ou profanas têm início<sup>17</sup>. E as festas levam as pessoas à feira. E estas festas, típicas do calendário sincrético do Recôncavo Baiano, criam e movimentam vários eventos e movimentos, marcados pelo calendário afro-religioso. Assim, há um planejamento dos carregamentos de quiabos, camarões, frangos, milho, cana para os roletes, animais vivos para os rituais, folhas, ervas, condimentos, cestarias, recipientes de barro, panelas de cobre, ferro ou alumínio, etc., conforme o calendário festivo e religioso. No cotidiano da Feira, o sagrado e o profano se interligam na reserva das enco-

---

<sup>17</sup> No primeiro domingo de setembro é comemorado na feira – um atrativo a mais neste domingo, além do já atraente, conhecido e disputado mocotó servido até as 12 horas – a Festa do Marujo, ou marinheiro, entidade da Umbanda, relacionado aos homens e às mulheres que trabalham no/do mar, desbravadores ou descobridores, aventureiros em terras novas e desconhecidas. Neste dia, uma imagem sagrada do Marujo é carregada em procissão pelas ruas da feira, sendo oferecido depois um banquete de frutos do mar aos participantes pelos donos de restaurantes na quadra Dr. Murici.

mendas dos clientes antigos e certos, na escolha e na compra de todos os ingredientes e insumos dos quitutes para os carurus dos Santos. Daí, os ibejis, os gêmeos Cosme e Damião ligam-se às balas e aos doces – pés-de-moleque, bananadas (nego-bom), queimados, paçocas etc. – à culinária baiana, ao caruru e ao quiabo cortados miúdo “prá menino”, ao feijão fradinho, ao abará, ao acarajé, ao vatapá (de pão, de farinha de trigo ou de farinha de rosca), à galinha de xinxim, ao acaçá, à castanha de caju assada ou torrada com sal, à banana-da-terra frita no azeite em rodelas, ao milho branco, ao inhame, à farofa de azeite de dendê com camarão seco, aos roletes de cana caiana e aos pedaços de coco. “De tudo isso, porém, só é indispensável o caruru. De todas essas comidas se deve pôr um pouco aos pés dos santos (servido em um alguidá (agdá) ou oberó de barro, porcelana ou madeira), antes que alguém se tenha servido delas, e mais, os pés e a cabeça da galinha” (CARNEIRO, 1948, p. 56). E à culinária profano-religiosa liga-se todo um comércio de artigos religiosos, das folhas, das imagens dos santos (talvez dos Mestres Rosalvo e João, os irmãos santeiros de Maragojipinho), dos agdás de oferenda, e todos os ingredientes das receitas de mirongas (magias ou feitiços) para resolver as dores de todos os tipos. Ligam-se também os ramos, misturam-se comidas, sacrifícios, ofertas, obrigações, pessoas, desejos, pedidos, crenças, lugares, e a certeza de que oferecendo doces e guloseimas, os pedidos feitos podem ser agilizados pelos santos gêmeos.<sup>18</sup> São ligações simbólicas, econômicas e geográficas.

A feira, que “é de São Joaquim”, santificado pela Igreja Católica, o avô materno de Jesus, pai idoso, que por milagre do Espírito Santo sobre o ventre idoso e estéril de Sant’anna, sua esposa, não o é só no nome. Na metáfora evocada aqui, tal qual Joaquim – que pediu orientação no deserto, no silêncio e na oração, ou naquilo que hoje chamamos de meditação, encontro com o divino, pondo em oração a sua condição de casado e sem filhos, teve seu clamor atendido e recebeu o aviso de Deus por um anjo, quando pôs-se de volta ao lar e tempo depois, sua esposa, Ana, engravida de sua única filha, Maria – a Feira de São Joaquim é um lugar onde se pode

---

<sup>18</sup> Os festejos em homenagem a São Cosme e São Damião são realizados no mês de setembro e tem o dia 27 como data magna. As festas também começam na feira quando são em homenagem a Santa Bárbara, no dia 4 de dezembro, a santa protetora dos bombeiros, Yansã no “sincretismo”, mulher de Xangô, e ao próprio Xangô, que, assim como a mulher, controla os raios e as tempestades.

pedir, encontrar respostas, ingredientes e resolver suas dores. É reduto também de um mundo mágico e dos ingredientes para experiências com o *mundus*, com o profano. O espaço social e simbólico aqui estudado é um mundo rico, útil, funcional, sagrado, profano, misterioso, revelável e disponível. Na Feira de São Joaquim, seguramente, é possível alimentar o corpo e o espírito.

Em contextos de crise, ou ante ameaças múltiplas, o comércio de rua e as feiras se incluem nesta forma de ambiente público, aumenta suas forças e se mobiliza no sentido de impulsionar modos de recriação, renovação e flexibilização, barganhando e negociando como estratégias de sobrevivência no mundo real e no simbólico. E é nesta dimensão que inserimos a Feira de São Joaquim. O seu processo histórico e o seu cotidiano compelem os feirantes e os consumidores, via resistência, à criação ou invenção de mecanismos de defesa e adaptação. A feira não está imune ao todo da sociedade como um cadinho com vida própria e sociabilidades distintas, e muito menos pode ser olhada como um resquício de relações econômicas e sociais com validade expirada. Ela inscreve-se num tecido social mais amplo e se insere numa formação histórica combinada, negociando com as diferentes forças expulsivas e aglutinadoras. Em suma, a feira não é um resíduo nem um apêndice da economia regida pelo capital, mas, sim, uma totalidade simbiótica de modernidades ou temporalidades sedimentadas e justapostas. Constatamos, no estudo que realizamos sobre São Joaquim, que as feiras livres, para existirem na contemporaneidade, têm que estabelecer a capacidade da resistência transformadora. Isto é, de serem capazes de se transformarem constantemente. Mudar é também se imaginar, resgatar e apelar para uma tradição inventada. E, no processo de se inventar, faz-se também imperativo, de forma paradoxal, permanecer, continuar, e se manter num jogo de aproximação e distanciamento do comércio e da economia convencional. Na Feira de São Joaquim, as teias sociais e econômicas formam e produzem um status distintivo, que une o comércio do mundo profano e do mundo sagrado por meio das suas mercadorias, das pessoas que por ela circulam, e pelos elementos e alimentos que ali se materializam na vida cotidiana da cidade de São Salvador da Bahia.

## Referências

- AZEVEDO, Sheila Karla Santos de; SILVA, Inês Machline. Plantas medicinais e de uso religioso comercializadas em mercados e feiras livres no Rio de Janeiro, RJ, Brasil. *Acta. bot. bras.*, v. 20(1), p. 185-194, 2006.
- BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- BRANDÃO, Maria de Azevedo (Org.). *Recôncavo da Bahia: sociedade e economia em transição*. Salvador: Fundação Casa de Jorge Amado, Academia de Letras da Bahia, Universidade Federal da Bahia, 1998.
- CAMARGO, Maria Thereza Lemos de Arruda. As plantas na medicina popular e nos rituais afro-brasileiros. *Investigações folclóricas*, v. 13, Buenos Aires, Argentina, 1997. Disponível em: <http://www.aguaforte.com/herbarium/plantas.html>. Acesso em: 02 set. 2009.
- CARNEIRO, Edison. *Candomblés da Bahia*. Salvador: Editora do Museu do Estado da Bahia, 1948.
- CORREIO DA BAHIA. *Escambo moderno: história das feiras livres surgidas no início do século XX sobreviver apenas na tradição oral*. Salvador, 28 de janeiro de 2001. Correio Repórter, p. 3-6.
- CORREIO DA BAHIA. *Mosaico popular: Feira de São Joaquim sobrevive como retrato da cultura da cidade*. Salvador, 05 de novembro de 2006. Correio Repórter, p. 1-8.
- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991.
- LEFEBVRE, Henry. *O direito à cidade*. São Paulo: Centauro, 2001.
- LOBO, A. et al. *Feiras urbanas: um mercado persa afro-brasileiro*. Veracidade, 1992.
- MACÊDO, Ákila Freire. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas em mercados e feiras livres em Juazeiro do Norte, CE, Brasil. *Anais do IX Congresso de Ecologia do Brasil*, 13 a 17 de setembro de 2009, São Lourenço-MG.
- MARTINS, José de Souza. As hesitações do moderno e as contradições da modernidade no Brasil. In: MARTINS, José de Souza. *A sociabilidade do homem simples: cotidiano e história na modernidade anômala*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- MATTOSO, Kátia M. de Queirós. *Bahia: a cidade do Salvador e seu mercado no século XIX*. São Paulo: Hucitec: Secretaria Municipal de Educação e Cultura, 1978.
- OLIVEIRA, Luiz P. J. *A Condição Provisória-Permanente dos Trabalhadores Informais: o caso dos trabalhadores de rua na cidade de Salvador*. Salvador, 2005. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – PPGCS/UFBA.

PAIM, Márcia Regina da Silva. *Do sete a São Joaquim: o cotidiano de “mulheres de saia” e homens em feiras soteropolitanas (1964-1973)*. Salvador, 2005. Dissertação (Mestrado em História Social), PPGH, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas – FFCH/UFBA.

PINTO, Luiz A. Costa. *Recôncavo: laboratório de uma experiência humana*. Salvador: Editora Costa Pinto, 1997.

PINTO, Luiz A. Costa. Recôncavo: laboratório de uma experiência humana. In: BRANDÃO, Maria de Azevedo (Org.). *Recôncavo da Bahia: sociedade e economia em transição*. Salvador: Fundação Casa de Jorge Amado, Academia de Letras da Bahia, Universidade Federal da Bahia, 1998. p. 101-183.

SANTOS, Milton. *O centro da cidade do Salvador: estudo de Geografia Urbana*. Salvador: Livraria Progresso/Universidade da Bahia, 1959.

SERRA, Ordep J. T. et al. (Orgs.). *O mundo das folhas*. Salvador: Universidade Estadual de Feira de Santana/Edufba, v. 01, 2002. Disponível em: [www.ordeperra.wordpress.com](http://www.ordeperra.wordpress.com). Acesso em: 09 fev. 2009.

SIMAS FILHO, Américo. Evolução urbana da cidade do Salvador de 1549 a 1800: Síntese. *Revista de cultura da Bahia*, Salvador, n. 14, jan./dez., 1980.

SOARES, Cecília Moreira. As ganhadeiras: mulher e resistência negra em Salvador no século XIX. *Afro-Ásia*, Salvador, 1993, p. 57-71.

SOUZA, Márcio Nicory Costa. *Velhos trabalhadores em velhas atividades: a trajetória de feirantes de Água de Meninos-São Joaquim*. Salvador, 2005. Monografia (Graduação em Sociologia), Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (FFCH-UFBA).

SOUZA, Márcio Nicory Costa. *A teia da Feira: um estudo sobre a feira-livre de São Joaquim*, Salvador, Bahia. Salvador, 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais), PPGCS-UFBA.

TAVARES, Odorico. *Bahia: imagens da terra e do povo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, s.d.

# **Técnicas corporais e ritmos do trabalho nos mercados de rua: um ensaio sobre a relação entre gestos corporais e atos de fala**

*Viviane Vedana*

Este texto é um desdobramento das pesquisas que realizei durante o mestrado e o doutorado a respeito das práticas cotidianas, sociabilidades e memórias relacionadas aos mercados de rua ou feiras livres (VEDANA, 2004; 2008). A ênfase nas práticas do mercado, ou no “fazer a feira” que orientou toda a pesquisa inspirou-se nos argumentos de Michel de Certeau (1994) sobre “invenção do cotidiano”, ou seja, sobre os conjuntos de ações ou as “maneiras de fazer” que fabricam a vida a cada dia. Para o autor, ações corriqueiras como o andar, cozinhar, ler, falar, etc. são esquemas operacionais que devem ser compreendidos em si – através de observação, descrição e conceituação de procedimentos comuns – e não como meras derivações de racionalidades individuais. Isso significa que Certeau compreende as práticas como saberes da experiência, do corpo, dos gestos, saberes estes que são compartilhados e coletivos. Inspirada nestas ideias, concentrei minhas atenções às práticas e aos gestos de fregueses e feirantes que “fazem o mercado” a cada dia de feira. Táticas de compra e venda, escolha dos alimentos, atos de fala que “chamam” os clientes, jocosidades e brincadeiras que compõem o cenário do mercado e tecem laços sociais, foram alguns dos aspectos principais desta pesquisa.

Neste contexto, algumas questões se destacam: os atos de fala dos feirantes, em sua enunciação dos produtos à venda e no convite à aproximação do freguês acabam expressando uma forma de comunicação sonora específica, que orienta os ritmos de trabalho no interior de uma banca<sup>1</sup>. Ao

---

<sup>1</sup> Refiro-me aqui principalmente a feirantes e fregueses, de uma forma geral, mas o mercado é composto por muitos outros personagens que estão descritos em outros trabalhos. Ver Vedana 2004 e 2008.

mesmo tempo, estes atos de fala derivam em chistes, piadas, jocosidades que engendram relações mais estreitas com alguns fregueses que optam por “entrar na brincadeira”, seguir a piada e atualizar os laços que criam com os feirantes. Tratei deste último aspecto em minha tese de doutorado através da ideia de “circulação da palavra” (VEDANA, 2008), ou seja, das formas como o jogo do mercado acontece quando uma fala ou piada lançada por um feirante é capturada por um freguês que continua a conversa, uma conversa que é sempre retomada em vários dias de feira. Para o caso deste texto, vou me descolar deste espaço “entre” – nem dentro nem fora da banca, nem freguês nem feirante – para adentrar o espaço interno da banca e refletir sobre como as sonoridades destas enunciações marcam ritmos e fazeres dos feirantes. Procuro então relacionar os gestos e as técnicas corporais (MAUSS, 2003) dos feirantes em seu trabalho com os ritmos que são marcados pelas brincadeiras e jocosidades. Penso que as “maneiras de fazer” a feira, por parte dos feirantes, nos contextos onde pesquisei, se desenrolam em uma combinação rítmica de gestos e som, sejam estes últimos resultado dos próprios gestos de organizar a banca, vender, trocar dinheiro, sejam dos atos de fala, das enunciações dos produtos que não são apenas comunicação para o lado externo das bancas, para os fregueses, mas também para os feirantes colegas de banca.

Para Leroi-Gourhan (1965), o ritmo são os intervalos regulares que compõem os gestos técnicos – como o de martelar por exemplo – mas são também cadências fisiológicas que constituem as atividades humanas – como os processos digestivos e respiratórios que estão envolvidos em qualquer gesto ou ação. Ritmo e repetição fazem parte do gesto técnico, um gesto de interação e transformação da matéria. É um tanto delicado falar de técnica para o caso das atividades na feira livre tendo em vista que não há ali, de forma concreta e direta, o que Leroi-Gourhan chamou de “cadeia operatória”, ou seja, uma sequência de gestos que se desenrolam num certo procedimento técnico que pode ser repetido de maneira mais ou menos semelhante e regular a cada vez e que a partir disso engendra a transformação de uma matéria (em um objeto, por exemplo). No entanto, é sua ênfase no gesto, na ritmicidade manual de captura e imobilização dos volumes, nos ritmos sonoros dos processos técnicos que nos permite pensar as práticas do mercado, suas maneiras de fazer e seus ritmos. Sobretudo quando analisa o comportamento figurativo e aproxima técnica,

linguagem e figuração é possível compreender a importância do ritmo na elaboração do gesto:

Mas enquanto as figuras verbais, nos domínios da palavra e da sintaxe, são como que o equivalente dos utensílios e dos gestos manuais, destinados a assegurar um domínio eficaz sobre o mundo da matéria e das relações, a figuração fundamenta-se num outro campo biológico, comum a todos os seres vivos, que é o da percepção dos ritmos e dos valores. Por conseguinte, utensílio, linguagem e criação rítmica são de fato três aspectos contíguos do mesmo processo (LEROI-GOURHAN, 1965, p. 180).

O que me interessa debater aqui é justamente esta correspondência entre os gestos manuais e as figuras verbais no sentido da criação de um ritmo – não intencional ou proposital, mas justamente organizado na prática, realizado em consonância com os movimentos do corpo – que marca as atividades de trabalho dos feirantes. Para tanto, parece-me importante retomar as reflexões de Marcel Mauss (2003) a respeito das técnicas corporais que fazem emergir corpos singulares, a partir de suas experiências com o mundo. Não se trata de argumentar que existe um “corpo feirante” moldado pelo tipo de trabalho e esforço exigidos no mercado, mas de refletir sobre os gestos e técnicas que fazem emergir estes corpos no momento em que a feira acontece. Para Mauss (2003), o corpo é o primeiro instrumento, objeto técnico e ao mesmo tempo meio técnico do homem, e é neste sentido que procuro compreender as práticas no mercado, articulando-as com a questão do ritmo em Leroi-Gourhan (1965).

### **Mercado de rua como ambiente e evento**

O universo da pesquisa que dá origem a esse texto é constituído principalmente pelas feiras livres de Porto Alegre/RS, mais especificamente aquelas chamadas pelos feirantes<sup>2</sup> de Mercadão do Produtor. O Mercadão do Produtor é realizado pela Associação dos Usuários do Mercadão do Produtor, composto por mais de 100 feirantes ou comerciantes<sup>3</sup> que se divi-

---

<sup>2</sup> Esta denominação, até o momento em que finalizava meu trabalho de campo no ano de 2007, tinha um viés político relacionado às disputas entre a organização desta feira e a prefeitura de Porto Alegre que regulava outras feiras livres pela cidade. Para os fregueses essa denominação não era tão presente. Ver Vedana, 2008.

<sup>3</sup> Nas feiras livres de Porto Alegre, entre os feirantes, encontram-se os que são produtores do alimento que vendem, vindos do interior do estado, da região metropolitana ou mesmo de bairros mais afastados da região central, caracterizados pela presença de sítios e chácaras, e aqueles feirantes que são chamados de comerciantes, pois compram alimentos na CEASA para revender na feira, moram em Porto Alegre ou na região metropolitana.

dem em grupos para atuar em diferentes bairros da cidade. No sábado pela manhã, além da feira livre do Largo Zumbi dos Palmares, na região central de Porto Alegre, a Associação organiza outra feira também em um largo entre os bairros Medianeira, Azenha e Menino Deus. No domingo pela manhã o grupo de feirantes que faz a feira no Largo Zumbi dos Palmares desloca-se para a Zona Norte da cidade, atuando numa das ruas adjacentes à Avenida Assis Brasil, e o outro grupo desloca-se para o Bairro Cavalhada, na Zona Sul da cidade, nas proximidades da Avenida Otto Niemeyer. A jornada de trabalho na feira começa ainda durante a madrugada, por volta das 4 ou 5 horas da manhã. As vendas iniciam por volta das 7h da manhã e a feira termina por volta das 13h.

Ao longo da pesquisa percebi que um dia de feira poderia ser mais ou menos pensado em termos destes momentos: o processo de montagem das bancas no espaço do Largo Zumbi dos Palmares, local principal de realização do trabalho de campo desta pesquisa; o momento de auge de movimentação de fregueses e *habitués* dos mercados que ocorria entre 9h e 11h da manhã; e o momento de finalização da feira e desmontagem das bancas. Evidentemente que esta breve divisão também está orientada por meus interesses de pesquisa no que se refere às práticas e aos gestos, bem como ritmos e sonoridades, cada um destes momentos significando formas diferentes de “fazer a feira”.

Em termos dos gestos técnicos, o processo de montagem das bancas durante a madrugada seria o que mais se assemelharia a uma cadeia operatória (Leroi-Ghouran, 1965), pois as atividades dos feirantes neste momento transformam o espaço vazio do largo em um grande mercado a partir de sequências de gestos que se repetem de maneira mais ou menos uniforme, evidenciando um procedimento técnico que interliga uma ação na outra até que a banca fique completamente montada e cujo ritmo pode ser sentido ao se prestar atenção à sonoridade do ambiente. Sem referências ou marcas no chão que indiquem onde devem começar a montar as bancas, os feirantes estacionam seus caminhões ainda no escuro da noite e descarregam bancadas de madeira, suportes de ferro, lonas e começam a encaixar, martelar, apertar, amarrar até que toda a estrutura da banca esteja pronta. Normalmente cada banca conta com dois ou mais feirantes, e este processo de montagem envolve uma certa divisão de tarefas bem como uma ordenação da sequência de montagem da banca. Para um observador que não está

envolvido nestas atividades, dependendo de quantas bancas estão sendo montadas ao mesmo tempo, não é possível vislumbrar nenhum rascunho de feira, pois a disposição destes materiais parece aleatória no grande espaço do largo. À medida em que mais feirantes chegam e começam a organizar suas bancas, vamos conseguindo formar uma imagem do mercado pronto.

Não me deterei aqui em detalhar este processo, mas, nos momentos em que pude observar este momento de montagem das bancas, tive a impressão de estar diante de uma certa coreografia composta por movimentos mais ou menos coordenados de diferentes corpos e seus utensílios que com seus gestos formavam o mercado. Mãos e braços que imprimem força a martelos e ritmicamente batem em cilindros de metal que formarão a parte superior da banca. Pernas que se equilibram e fazem força para puxar e ajustar as bancadas de madeira em seus lugares, e depois para descer pesadas caixas de frutas do caminhão para a banca. Ao mesmo tempo, a escuta deste ambiente em construção revelava o ritmo acelerado deste processo, pois todo o largo era tomado pelas sonoridades de pesados volumes sendo arrastados pelo chão, pelos estampidos das marteladas no metal, assemelhando-se muito ao som que poderíamos imaginar em um ambiente de oficina ou fábrica. Essas combinações de gestos, utensílios e ritmos – que se repetem a cada sábado – e que envolvem um saber particular, cinético e perceptual, já que cada feirante monta sua banca no lugar exato, mesmo que este lugar não esteja marcado e que seus “vizinhos de banca” ainda não tenham chegado, orientou-me a pensar a feira como constituída por pequenos conjuntos de processos técnicos (LEROI-GOURHAN, 1965), tendo o corpo, as mãos, os gestos como seus elementos principais. Remeto-me aqui a ideia de um saber cinético baseada nas reflexões de Maxine Sheets-Johnstone (1999) a respeito do movimento como um tipo de pensamento particular, que não é determinado ou mediado pela racionalidade ou cognição. Mover-se, neste caso, é uma forma de saber e ao mesmo tempo de fazer emergir um corpo, e, portanto, o saber cinético a que me refiro fica evidente nas habilidades dos feirantes em criar o mercado a cada dia de feira – seja montando toda a sua estrutura, seja nos processos de venda ou de jocosidades que instauram ao longo do dia. A questão que me parece primordial para este ensaio é a reflexão sobre a técnica como forma de ressaltar a dimensão prática, gestual e corporal que faz emergir o mercado.

Se neste momento inicial o que se destacam são os gestos de montagem, com as bancas prontas e as vendas começando são outros ritmos que podemos observar. Uma das principais feições das formas de sociabilidades dos mercados de rua é a circulação da palavra (VEDANA, 2008). Os pequenos diálogos entre fregueses e feirantes, as conversas e negociações, as piadas e jocosidades, os anúncios e pregões, têm um lugar fundamental na emergência das trocas sociais que fazem o mercado, e, neste sentido, a feira livre é um constante fazer-se. Foi justamente a observação dessa circulação da palavra entre fregueses e feirantes – bem como a participação nesse processo em muitos momentos – que me levou ao que entendi inicialmente como ritmos do trabalho no mercado. A circulação da palavra, como instauradora das relações de reciprocidade nos mercados de rua aponta também para as formas como, na temporalidade de um “dia de feira”, os feirantes desenvolvem suas práticas de trabalho.

Conversas que se iniciam em um dia de feira e que continuam, desdobrando-se em vários assuntos diferentes ao longo de semanas, piadas e jocosidades que demandam estreita interação entre os participantes da cena, as risadas e a intermitência dos anúncios de produtos são vestígios a partir dos quais se apresenta a circulação da palavra como forma de estabelecer vínculos entre os sujeitos. Esta circulação da palavra se configura também nas trocas de receitas entre clientes, nos diálogos sobre acontecimentos que foram notícia na semana e que mobilizam vários fregueses que conversam em frente a uma banca, nas conversas sobre os alimentos, nas negociações das crianças que buscam na feira um trabalho, um biscate, que lhes renda os alimentos da semana<sup>4</sup>.

A etnografia que realizei nas feiras livres apresentou a oralidade como uma característica essencial deste fenômeno, marcado pela voz do feirante que narra seu produto aos fregueses que transitam pela feira. Narra, pois o encadeamento das palavras que descrevem os alimentos – gostoso, maduro, bonito, saudável, cheiroso, etc. – não se configura como apenas uma lista de adjetivos que visam atingir a um cliente, mas compõem uma série de atos de fala que procuram engajar os fregueses nas compras e mesmo nas conversas. Anunciar um produto não é apenas gritar seu nome e preço, mas inseri-lo nas possibilidades de troca que têm lugar no mercado, apre-

---

<sup>4</sup> Ver Vedana, 2013.

sentando-o como algo especial. Nesta pesquisa, a atenção aos sons e às vozes revelou uma dimensão fundamental da circulação da palavra como instauradora de sociabilidades e de maneiras de viver e compartilhar a ambiência do mercado. São estes gestos de enunciação da palavra (SANTOS, 2004), repetidos ao longo de uma jornada de feira e que mudam de feições conforme a situação – dos atributos dos alimentos para o anúncio dos preços, destes para uma piada ou jocosidade, promoções de fim de feira e assim por diante – que conformam as artes de dizer (CERTEAU, 1994) dos feirantes.

A enunciação da palavra pelo feirante está presente em diferentes dimensões do seu trabalho. Se, de um lado, fala ao freguês, anunciando seus produtos e ao mesmo tempo estabelecendo laços ao abrir espaço para a circulação da palavra, de outro, estes atos de fala também marcam a ritmicidade do trabalho no interior das bancas, principalmente naquelas que vendem muitos produtos e que contam com muitas pessoas trabalhando. Tudo isso acontece simultaneamente, em diversas bancas ao mesmo tempo. Não podemos esquecer que no interior destas feiras promovidas pelo Mercado do Produtor invariavelmente estamos imersos em corredores de bancas repletos de pessoas circulando de um lado a outro, disputando espaços em frente às bancas de frutas e verduras para escolher suas compras. A cada passo, faz-se necessário desviar de alguém que, vindo na direção contrária, em geral olha para os lados na sua pesquisa atenta de produtos. As bancas, enfileiradas uma ao lado da outra, oferecem alfaces, tomates, cenouras, beterrabas, bananas, laranjas, uma grande variedade de produtos, não só alimentícios. Essa estética é ainda enriquecida por um cheiro peculiar, revelando a mistura de tipos diferentes de frutas e verduras, legumes e carnes, expostos ao sol e ao toque de cada freguês. Trata-se de um cheiro que remete à durabilidade destes mesmos alimentos que, no decorrer da feira passam por um rápido processo de deterioração, restando ao final da manhã apenas resquícios da beleza apresentada no início da feira. Tudo isso acompanhado das piadas, chistes, brincadeiras, jocosidades que os feirantes promovem ao anunciar seus produtos e chamar seus fregueses.

O que descrevi acima tem um duplo caráter de apresentar a feira como ambiente, mas também como evento. A feira livre é vista aqui como um ambiente onde diversos elementos – como os alimentos, os equipamentos e utensílios, as cores, o clima e as sonoridades – estão conectados e em inte-

ração, promovendo situações específicas de contato, conversa e troca. Os processos perceptuais e cinéticos são elementos fundamentais, na medida em que o engajamento dos fregueses e feirantes ao ambiente da feira depende das formas como é possível andar por ali, dos cheiros que sentimos, das sonoridades que ouvimos – é difícil estar indiferente ou *blasé* na feira livre. Cabe considerar aqui que entendo por ambiente um sistema de relações (INGOLD, 2002) em desenvolvimento, não um território completo, fechado e exterior às pessoas e coisas, mas um processo contínuo de construção através das atividades dos “seres” que estão em interação. O mercado é um ambiente na medida em que feirantes, fregueses, alimentos, bancas, clima, trânsito entre outros elementos estão “misturados” e influenciando-se mutuamente.

Mas, além de ambiente, a feira é também evento que emerge justamente das práticas e técnicas dos que estão envolvidos neste ambiente. Fazer a feira – que foi título de diversos artigos além da dissertação – não é apenas um jargão comum, usado sem referência a um determinado contexto ou prática. Considero claramente a feira como um fazer: os feirantes fazem a feira ao montar toda a estrutura (e ao desmontar depois na medida em que organizam aí um ciclo), ao vender seus produtos e sobretudo ao organizar suas relações dentro e fora da banca. Também os fregueses a fazem, comprando, engajando-se nas piadas e jocosidades dos feirantes, circulando, olhando, experimentando. Dentre todos estes aspectos, a correspondência que tenho observado entre as práticas e técnicas corporais desenvolvidas por feirantes durante a venda, com seus atos de fala ou gestos verbais (LEROI-GOURHAN, 1965) é o tema que gostaria de abordar neste ensaio, pois a meu ver imprimem ou são um ritmo específico de trabalho.

### **Ritmos do trabalho<sup>5</sup>**

A voz que anuncia um produto também marca um ritmo para os acontecimentos internos à banca, narrando para os próprios colegas de trabalho a falta de algum produto, a aproximação de novos clientes, a necessidade de troco, entre outras coisas. Este ritmo interno à banca também é vivido de forma jocosa muitas vezes pelos feirantes que fazem piadas entre si.

---

<sup>5</sup> <https://soundcloud.com/vi-vedana/ritmos-do-trabalho>.

Ao fazer o registro sonoro na banca de Saionara, na feira do Mercado do Produtor que ocorre no bairro Medianeira aos sábados pela manhã, pude perceber esse vínculo entre os gestos e ritmos do trabalho e o som, ou o que Leroi-Gourhan chamou de gestos verbais. Saionara é feirante desde criança, conforme ela mesma afirma. Trabalhou na feira com o pai, nas imediações do Largo Zumbi dos Palmares e depois no próprio largo durante a infância, e seguiu trabalhando depois de adulta. É casada com Henrique, que trabalha no Mercado do Largo Zumbi dos Palmares, ambos vendem alho e outros temperos, como gengibre, pimenta, orégano. Trata-se de um negócio que começaram ainda na banca do pai de Saionara, logo que se casaram. Atualmente cada um trabalha em uma das feiras organizadas pela Associação dos Usuários do Mercado do Produtor, à qual estão associados desde sua fundação, e levam junto para o trabalho seus dois filhos. No Largo Zumbi, Henrique tem uma banca pequena que só vende temperos, mas no estacionamento do Estádio Olímpico, Saionara trabalha junto com o irmão que herdou o ponto do pai. Assim, não é apenas uma banca pequena que vende temperos, mas, sim, um grande espaço onde também vendem frutas e legumes.

O espaço ocupado por esta feira é triangular, então existem bancas que fazem todo o contorno, da base do triângulo até as pontas, pelas “arestas”. Na parte interna, outras bancas formam uma espécie de triângulo menor, que fica dentro do maior. A banca da família de Saionara situa-se exatamente na ponta deste triângulo menor, formando uma ponta arredondada, ou em forma de U. Os feirantes desta banca são 9: dois senhores, três mulheres (entre elas Saionara), dois meninos (um pequeno, de uns 7 anos, filho de Saionara, e outro um pouco maior, de uns 13 anos<sup>6</sup>), e dois homens (o irmão da Saionara e um empregado). Cada um deles é responsável por um espaço de vendas na banca, ou por tipos de produtos, mas também se deslocam para atender a outros, se for o caso. Dividem-se entre escolher os alimentos para os fregueses, pesar e cobrar as compras, anunciar os produtos e abastecer a banca (esta última tarefa ficando mais a cargo dos homens).

Todos eles caminham muito no interior da banca para o desenrolar de seu trabalho, desviando-se entre si e das caixas que restam vazias no

---

<sup>6</sup>Dados referentes ao ano de 2008.

chão conforme as vendas acontecem e os produtos vão acabando. Neste movimento, não deixam de comunicar aos fregueses os seus produtos, suas qualidades e seu preço, e, assim, o movimento interno da banca é cadenciado pelo som e pelas performances orais da venda. O mesmo ritmo e tom que usam para anunciar os produtos é também a forma como se comunicam para avisar que está faltando algum tipo de fruta, é preciso repor, ou que clientes estão esperando para serem atendidos, que determinadas partes da banca estão à descoberto, etc. Os movimentos e gestos, bem como o ritmo de trabalho estão em correspondência com som e os atos de fala dos fregueses, num gesto verbal que se desencadeia a cada anúncio, em que um feirante pode começar e outro terminar.

No interior da banca, o som circula entre os feirantes num movimento ritmado em que cada um se apossa da palavra, retomando esta matéria sonora que começa a se dissolver no momento mesmo de sua enunciação. Ao anunciarem os produtos, comendo uma sonoridade peculiar com a voz, comunicam-se não só com os fregueses, mas também entre si, avisando que é preciso de mais frutas na banca, algum troco, que tem um freguês esperando. O som é o que cadencia o trabalho do dia. Tudo o que é falado guarda um sentido que se revela ou se expressa em alguma coisa que está acontecendo: um freguês escolhendo suas compras já dá ensejo para o início de um anúncio sobre determinado produto, a informação de que há uma promoção na banca; cada fala se direciona ao freguês e ao mesmo tempo cumpre o papel de informar a todos dentro da banca como andam as coisas, alguém olha para o moranguinho, é hora de reafirmar a qualidade, o preço baixo, a beleza e o sabor desta fruta, é hora também de avisar que é preciso colocar mais moranguinhos na banca, é hora de fazer uma brincadeira, de chamar o colega a ocupar seu lugar na banca.

Esta forma como se apresentam as artes de dizer (CERTEAU, 1994) dos feirantes no interior da banca de Saionara não é exclusiva dela, mas compartilhada em muitas outras bancas. A fala como forma de marcar um ritmo de trabalho, de estabelecer uma cadência comum entre os feirantes de uma mesma banca é recorrente na elaboração das relações de trabalho no interior do mercado, constituindo também a ambiência que o conforma. A fala e som marcam a forma de trabalho, o ritmo, o movimento e as negociações, assumindo feições diversas conforme o mercado ou mesmo a banca, podendo ser em tom de piadas e brincadeiras, ou não, mais voltadas para as relações com

os fregueses ou para a qualidade dos produtos, diferindo em tons e sotaques, mas numa correspondência entre o espaço interno à banca e o movimento do corredor do mercado, onde circulam os fregueses, outros vendedores ambulantes e mesmo as crianças em busca dos alimentos e biscates.

Na emergência do ambiente do mercado, as sonoridades informam sobre as formas de interação e sobre as práticas de venda dos feirantes. A voz que anuncia e narra os alimentos para os fregueses é a mesma que imprime ritmo ao trabalho, o que se diferencia são os interlocutores, os colegas de trabalho ou os fregueses, conforme se projete para o exterior ou para o interior da banca.

As cenas descritas abaixo são fragmentos de um dia de feira livre e nos apresentam algumas das situações de conversação que se instauram entre fregueses e feirantes. São indícios de algumas das formas como esta interação pode acontecer e abrem caminho para outras interpretações a respeito do laço social que se tece no mercado. A ritmicidade cíclica dos anúncios é também vivida no diálogo entre fregueses e feirantes durante a compra.

Durante o dia de feira no interior da banca de Saionara e seu irmão, a promoção dos alimentos que estão expostos na banca é concomitante ao atendimento dos fregueses e só é interrompida pelas conversas que se fazem necessárias para o desenvolvimento da compra. Isso não significa que os fregueses sejam mal-atendidos ou tenham pouca atenção, pelo contrário, a chegada de um freguês na banca para escolher e comprar estabelece uma mudança de ritmo e de posições entre os feirantes.

**Saionara:** *Vamos lá que ainda tem mamão baiano, tem alho...*

**Alex:** *Patrão enlouqueceu quer ir pra praia ó... quer vender morango ó...*

**Freguesa:** *E essa bandeja é quanto?*

Saionara ao ouvir a pergunta se aproxima mais da freguesa, encosta o corpo na banca e responde apontando para uma bandeja semipronta, porque ainda não embalada, de morangos:

**Saionara:** *Essa aqui é cinco...*

**Freguesa:** *Me dá uma dessas aí, não adianta, quem muito economiza...*

**Saionara:** *Não, pra comer não dá pra economizar...*

Enquanto Saionara e sua freguesa conversam, os anúncios continuam marcando a rítmica de trabalho no interior da banca, conformando o

espaço onde este diálogo acontece. Saionara não deixa de prestar atenção no que acontece no interior da banca mesmo enquanto conversa com a freguesa e escolhe os morangos para compor sua bandeja. Em um momento, seu irmão a chama perguntando sobre o preço de algum produto:

**Xuxu:** *Ó Saionara, é R.\$ 2,48 ou baixou...*

**Saionara:** *Baixou...*

**Freguesa:** *Mas aí tu botou bonito né...*

**Saionara:** *Agora é 2 e 18*

**Freguesa:** *Hein..?*

**Saionara:** *Oi?*

**Freguesa:** *Tu botou bonito aí?*

**Saionara:** *Siiim. (e mostra a bandeja).*

Saionara volta-se novamente para a freguesa, conversam um pouco enquanto ela termina de servir a bandeja de morangos e diz o preço. A freguesa se prepara para pagar e continua a conversa enquanto os anúncios também continuam.

**Alex:** *Três papaia por dois...*

**Saionara:** *Obrigada querida, um bom dia...*

**Freguesa:** *Pra ti também... E não adianta. Quando eu quero alguma coisa eu compro...*

Na despedida, continua a conversa ainda um pouco mais, coisa que ouvi de muitos fregueses de feira, ou seja, fazer compras na feira não é apenas escolher os alimentos que vão compor a despensa da casa durante a semana, mas é também despender um tempo para conversas, para trocar impressões, e mesmo para falar com desconhecidos. Saionara se prepara para continuar seus pregões, mas a freguesa ainda completa, antes de sair:

**Freguesa:** *Esses dias comprei milho e deixei aí... o rapaz foi tão honesto que no outro sábado ele me entregou...*

**Saionara:** *Não, na nossa banca aqui o nome é honestidade... não é Alequinho?*

**Alex:** *Isso aí, né? Eu to aí... Olha o abacaxi maduro freguesa, pode provar...*

**Freguesa:** *Tá bom, minha filha, bom fim de semana...*

**Saionara:** *Bom fim de semana pra senhora também...*

*Ainda tem alho aqui ó...*

Não é tão simples descrever – textualmente – como esta dinâmica no interior da banca se desenrola, pois é sonoramente que ela fica mais explícita. Invariavelmente nos momentos de campo no interior de uma banca prestei mais atenção à forma do que ao conteúdo das falas, ou seja, na maneira como as artes de dizer destes feirantes era posta em prática no mercado. Em casos como o acima, o ritmo do trabalho se destacou, pois a forma como os feirantes ao mesmo tempo atendiam a seus fregueses, abasteciam e banca e se movimentavam no interior dela estava conectada com seus atos de fala, numa combinação sutil entre anunciar produtos e conversar entre si sem necessariamente criar interrupções neste ritmo um tanto acelerado de trabalho. Para Leroi-Gourhan (1965), as técnicas e os gestos de trabalho estão intimamente relacionadas aos ritmos do corpo, e o som – da música, dos cânticos ou da voz – cumpriria o papel de justamente integrar os indivíduos em um utensílio coletivo, ou seja, de conduzir a todos dentro de um processo técnico comum. Para o autor, essa relação rítmica de trabalho tem um caráter condicionante de ordenamento dos movimentos onde se trabalha e onde se vive, um condicionamento que está relacionado, nos termos do autor, por uma certa obsessão do homem pela ordenação ou conquista do tempo e do espaço.

No caso da feira livre, no entanto, mesmo que possamos pensar em uma certa “corrida contra o tempo” para efetivar as vendas e dar conta do trabalho, observo que as piadas e jocosidades que permeiam e pontuam este ritmo nos remetem a outras interpretações. O ritmo deste trabalho não está condicionado por estes atos de fala que seriam exteriores ao trabalho – como no caso dos cânticos de trabalho interpretados por Leroi-Gourhan – mas estariam em total correspondência com a experiência destes feirantes neste ambiente da feira e na produção da mesma como evento. Esta concepção de correspondência é importante justamente para retirar da análise uma anterioridade ao movimento/gesto técnico ou ao ritmo supostamente imposto pelas falas e propor uma compreensão deste processo como parte da experiência de fazer a feira, ou seja, uma associação entre os movimentos, os gestos e as falas que não são estritamente racionais e calculadas, mas, sim, experimentadas como um certo ritmo, ou uma forma elaborada na prática.

Ainda para Leroi-Gourhan (1965), essa coordenação entre ritmos – dos gestos técnicos ou verbais – e formas – tipos de movimentos ou de sons criados por estes gestos – se concretiza numa estética, o que para ele signi-

fica a constituição no tempo e no espaço, através da percepção, de um código de emoções que assegura ao sujeito sua inserção afetiva ao grupo ou sociedade. Sem entrar aqui em um debate sobre pertencimentos ou vínculos sociais a grupos determinados, retomo a concepção de estética para o caso do mercado tendo em vista que estes ritmos e gestos acabam por configurar uma certa imagem deste mercado, ao mesmo tempo em que falam de uma forma de engajamento dos feirantes com esta estética que eles mesmos, em suas práticas, produzem. O ritmo não é simplesmente imposto de fora, racionalmente, mas vivido pelos feirantes em sua experiência de engajamento com estas atividades e com o ambiente do mercado, que estão ao mesmo tempo elaborando em suas práticas.

*O ABACAXI E A CENOURA... É BOA, A FRUTA É BOA!*

*SÓ BANANA BOA, SÓ BANANA BOA! VAMO, VAMO!  
BOA NANICA, BOA PRATA, BOA MAÇÃ, VAMO!*

*Bonjour monsieur dame...  
bonjour allez  
sont beaux les fraise madame allez !*

*Vamos a três por dois, vamos a três por dois!*

*BARATO O MORANGO NA PROMOÇÃO, Ó!  
Bem docinho é o abacaxi aqui, ó!*

*É só um real o pacote da vagem,  
VAGEM E CENOURA, Ó! VAGEM, CENOURA E ABOBRINHA ITALIANA, Ó!  
Cenoura e vagem, e berinjela ó!*

*FALA FREGUESA, QUER FÍGADO, RABADA?*

*É a promoção do queijo agora,  
Só não leva quem não tem dinheiro no bolso!  
Um queijo, um salaminho, uma lingüicinha!*

*ALLONS Y! PROFITE LA!*

*2 euros les meilleurs fraise!*

*TOMATE É BOM PRA TOSSE!*

## Feirante por um dia

Como me referi acima, há neste espaço interno da banca um conjunto de práticas que constituem o trabalho do feirante e que tenho aqui chamado de gestos técnicos. Esta opção de abordagem relaciona-se sobretudo com uma perspectiva sobre o corpo como instrumento ou utensílio, conforme aponta Marcel Mauss (2003). No mercado, as práticas cotidianas dos feirantes seguem determinadas sequências e envolvem saberes particulares – abastecer e organizar a banca, realizar as vendas, pesar e calcular preços, brincar e fazer piadas, etc. Penso que a forma mais eficaz de narrar estes gestos e práticas é reproduzindo aqui uma experiência vivida ainda no mesrado (VEDANA, 2004) sobre estas aprendizagens ou experiências corporais no interior da banca.

Em uma determinada ocasião, um dos feirantes com quem dialogava sistematicamente durante o trabalho de campo me convidou para trabalhar em sua banca. Na época, imaginei que talvez ele precisasse mesmo de ajuda, mas hoje, revendo dissertação e notas de campo, penso que Cláudio, como sempre fazia, estava tentando me testar. Cláudio tinha aproximadamente trinta e cinco anos no momento em que fazia campo. Um homem magro e não muito alto, sempre vestido com um avental do Mercado, aberto e sem camisa por baixo, bermudas ou calça jeans e chinelos havaianas. A constituição física de Cláudio já anunciava os traços de sua “performance corporal”, pois trazia em seus movimentos a jocosidade de suas palavras. Além das brincadeiras e piadas, ainda se comunicava a partir de seus movimentos corporais, fazendo quem quer que seja rir de seus trejeitos e contorcionismos, numa atitude de caricatura das formas de movimento e de corpo humanas.

Em um sábado de outubro de 2002, já quase no final da manhã, fui convidada por ele para trabalhar em sua banca no sábado seguinte. Aceitei um pouco surpresa e alguns minutos depois, sem aviso prévio, Cláudio começa um “estágio”, me desafiando a começar já “um treino”. É o que passo, resumidamente, a contar abaixo<sup>7</sup>:

*Cláudio estava na minha frente e, quando uma freguesa alcança sua sacola para que ele pese, ele se vira pra mim e anuncia:*

---

<sup>7</sup> Esta ocasião está mais detalhada em Vedana, 2004; capítulo 1.

**Cláudio: PODE EXPERIMENTÁ!**

*Fala e sai. Para não deixar a freguesa ali esperando, pego a sacola e começo o meu estágio como vendedora de laranjas na feira livre do Mercado do Produtor. O meu dia, que estava relativamente calmo e corriqueiro, transforma-se numa grande movimentação. Com o corpo encostado na banca, um feirante precisa coordenar muitos movimentos: pesar as sacolas de compras, digitar na balança o preço de cada produto, calcular o troco e já pesar novamente outra sacola de compras, numa ação constante de estender o braço para o freguês, pegar a sacola, devolver, pegar o dinheiro, abaixar-se até a caixa de dinheiro para fazer o troco, levantar novamente para devolvê-lo já pegando uma outra sacola. No meio disso, dar alguma explicação sobre os produtos que estão expostos, e, é claro, fazer suas piadas conforme a situação que se apresenta em cada momento.*

*Na primeira vez que Cláudio me viu falando o preço para um freguês, aproveitou para começar seus ensinamentos. Na balança, marcava R\$ 1,63, e eu disse ao freguês: É R\$ 1,60.*

*Rapidamente Cláudio passou por mim e disse no meu ouvido: TRÊS ARREDONDA PARA CINCO, MENOS DE TRÊS PARA ZERO!*

*Saiu, e eu já comecei a atender outra pessoa. Além do Cláudio, Elisa também participou da minha “formação” com o feirante, me ensinando como guardar o dinheiro, como cortar a laranja para o freguês experimentar, alguns macetes para “fazer o troco”, cálculos rápidos para não deixar ninguém esperando. Tudo isso enquanto estávamos ali trabalhando, atendendo os fregueses.*

*Como a banca é extensa, ficam distribuídas em seu espaço umas quatro ou cinco balanças e cada uma delas é responsabilidade de um feirante, enquanto Cláudio, e, por vezes, também Pirlampo são responsáveis pela orquestração de todo o trabalho. Além disso, na parte de baixo da banca, longe da vista de quem está do lado de fora, ainda estão três caixas pequenas de madeira, um pouco maiores do que uma caixa de sapato, com algumas divisórias para notas de dinheiro e moedas, facilitando na hora de fazer o troco. Na extensão da banca, ficam expostos produtos diferentes, tipos diversificados de laranjas, bergamotas e limões, às vezes, milho ou melancia em uma das extremidades. Isso cria uma relação particular com o freguês, que muitas vezes escolhe suas frutas em um ponto da banca e se desloca até o outro extremo para escolher outro produto, sem maiores pro-*

*blemas de se afastar da banca com sua sacola de compras. Tudo isso é muito bem cuidado por quem está ali vendendo, mesmo que não possamos perceber.*

[...]

*Já próximo ao meio-dia, eu estava exausta – estado físico que ninguém mais demonstrava. Sentei numa caixa de laranja, e Pirilampo, ao me ver, gritou:*

***Pirilampo: CLÁUDIO, TUA FUNCIONÁRIA EM TREINAMENTO JÁ CANSOU!***

***Cláudio: QUÊ? JÁ TÁ CANSADA? MAS ASSIM NÃO DÁ!***

*E saíram os dois rindo de mim. Chamei Cláudio para avisá-lo que iria embora, pois o estágio já estava de “bom tamanho”. Ele me olhou, sério, e disse que ligaria na sexta-feira para combinarmos o próximo sábado. Nos despedimos, e ele arrematou uma gracinha:*

***Cláudio: UÊ, O MARIDÃO NÃO VEM HOJE PRA CARREGÁ AS SACOLA?***

[...]

*No sábado seguinte:*

*Ficar no “setor das melancias” significa carregá-las do caminhão até a banca, cortá-las pela metade ou em pedaços, de acordo com o gosto do freguês. No início, Cláudio insistia em fazer isso, me deixando apenas com a tarefa de vendê-las, mas com o aumento do número de fregueses acabei fazendo isso sozinha. Cortar a melancia deixa as mãos “melecadas” com o suco que sai da fruta, e ali não temos panos à disposição para limpar as mãos após o corte. Assim, depois de cortar e pesar uma melancia para entregá-la a algum freguês, pega-se o dinheiro, faz-se o troco e, logo em seguida, já está-se atendendo a outro freguês, ou seja, na próxima melancia já existe uma mistura de resíduos diferentes na mão, e isso é visto pelo freguês, o que fazia com que eu me perguntasse como ainda continuavam comprando. É claro que para as situações “críticas”, podíamos ir até o outro lado do caminhão, onde há uma espécie de barril com uma torneira e, finalmente, água para lavar as mãos, o rosto, etc. Mas em geral, não há muito tempo para isso.*

Observando as “técnicas corporais” (MAUSS, 2003) dos feirantes, procurei levar o meu corpo a desempenhar a agilidade de movimentos necessários a este fazer. Olhar firme em direção aos fregueses, para prestar

atenção em quem estamos atendendo, atenção também para a quantidade de frutas expostas, para as repor sempre que necessário. O corpo precisa deslocar-se rapidamente da “beira da banca” para o caminhão, na busca de mais melancias (no meu caso), braços erguidos segurando um peso de quatro a cinco quilos que devem ser “deitados” na banca. Depois disso, com um facão na mão, dividir a melancia em duas ou três partes, expondo para os fregueses as intimidades do interior da fruta, sua textura e sua cor. Com o mesmo facão, fazer um pequeno talho, retirando uma “miniatura” de melancia a ser provada e aprovada – ou não – pelo freguês. No caso de repor laranjas, Cláudio ou Pirlampo subiam no caminhão para transferir mais caixas para baixo, num sincronismo em que um acompanhava o movimento do outro. Desce a caixa do caminhão, vira-a em cima da banca e uma montanha de laranjas está formada. Todos estes gestos são rápidos, ao mesmo tempo firmes e delicados, compõem uma cadeia de operações (LEROI-GOURHAN, 1965) que constituem as práticas e artes de fazer dos feirantes.

Estes gestos de manipulação do alimento presentes ao cotidiano da banca evidenciam o corpo como instrumento do homem na sua relação com o ambiente, tal como apontam André Leroi-Gourhan (1965) e Marcel Mauss (2003). Os gestos e movimentos que se desdobram no processo de venda constroem constantemente cada banca de frutas bem como o próprio mercado. São ritmos e repetições – de oferecer os alimentos, abastecer a banca, realizar as vendas, trocar dinheiro – que ao mesmo tempo fazem emergir o corpo do feirante e colocam este corpo em primeiro plano na produção das trocas sociais no mercado. Fazem emergir um corpo no sentido proposto por Latour (2008) ao afirmar que não temos um corpo como coisa acabada e sobre o qual adicionamos elementos e aprendizagens. Nós aprendemos o corpo, descobrimos a partir de nossas experiências cotidianas, e é essa descoberta que se repete a cada dia de feira. Esta reflexão desloca a perspectiva sobre o corpo como um invólucro para a mente que tudo coordena e organiza, colocando em evidência o lugar das percepções e do movimento como outros tipos de conhecimento que são colocados em prática em situações como o “fazer a feira”. O uso deste corpo como instrumento, ou utensílio, como nos falam Leroi-Gourhan (1965) e Marcel Mauss (2003), não se refere a um “uso utilitário” do corpo, mas, sim, coloca em evidência o desdobramento de habilidades e procedimentos que são próprios de cada corpo. Trata-se sobretudo de observar a lugar de uma ritmicidade

corporal orientadora da ação humana, numa combinação entre movimento e forma que estetizam a ação operatória sobre as coisas. São os dispositivos de referência como o gosto, o olfato e o tato (LEROI-GOURHAN, 1965) que vão coordenar estes ritmos corporais e integrar o comportamento humano no ambiente. Para Leroi-Gourhan (1965), é a partir destas experiências da percepção sensorial do corpo que o homem vai refletir sobre sua ação e ter consciência do caráter fugidio do tempo.

## Referências

- CERTEAU, Michel de. *A Invenção do Cotidiano: Artes de Fazer*. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.
- INGOLD, Tim. *The perception of the environment: essays on livelihood, dwelling and skill*. London: Routledge, 2002.
- LATOURET, Bruno. Como falar do corpo? A dimensão normativa dos estudos sobre a ciência. In: NUNES, João Arriscado; ROQUE, Ricardo (Orgs.). *Objectos Impuros: Experiências em Estudos sobre a Ciência*. Edições Afrontamento, 2008.
- LEROI-GOURHAN, André. *O gesto e a palavra*. Perspectivas do Homem. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1965, p. 85-104.
- MAUSS, Marcel. “As técnicas do corpo”. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac & Naify. 1935[2003], p. 401-422.
- SANSOT, Pierre. *La Poétique de la Ville*. Paris: Petit Bibliothèque Payot, 2004.
- SHEETS-JOHNSTONE, Maxine. *The Primacy of movements*. John Benjamins Publishing Company, 1999.
- VEDANA, Viviane. *Fazer a Feira*. Estudo etnográfico das “artes de fazer” de feirantes e fregueses da Feira Livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – PPGAS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.
- VEDANA, Viviane. *No mercado tem tudo que a boca come*. Estudo Antropológico da duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – PPGAS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.
- VEDANA, Viviane. A hora da xepa: o abastecimento urbano de alimentos e os biscoitos. *Narrativas da desigualdade: memórias, trajetórias e conflitos*. LEITE LOPES, José Sérgio; CIOCCARI, Marta Regina (Orgs.). Rio de Janeiro: Mauad X, 2013.

# **Quando a feira é feita por e para quem planta: a experiência da Feira Estadual de Sementes Crioulas e Tecnologias Populares de Canguçu**

*Stella Maris Nunes Pieve*

*Carmen Janaina Batista Machado*

*Renata Menasche*

*Larissa Mattos da Fonseca*

“Coloque a semente no barro, o barro pra proteger,  
depois ofereça pra terra que ela acolhe com todo prazer (...)  
se joga inteiro no barro, o barro pra renascer,  
você também é semente e acorda quando entender”.  
(*Semente e o barro*, Marco Gottinari)

## **Introdução**

Neste artigo, propomos analisar as relações de dádiva e reciprocidade estabelecidas na Feira Estadual de Sementes Crioulas e Tecnologias Populares de Canguçu, Rio Grande do Sul. A finalidade principal da feira é propiciar um espaço em que sementes crioulas de diversas plantas podem ser trocadas ou comercializadas. Contudo, tal espaço não se restringe a isso, uma vez que outros encontros e ações, apresentados ao longo deste texto, acontecem nesta feira, em que circulam de sementes a artesanatos.

Temos que a reciprocidade parte do ciclo da dádiva, no qual dar, receber e retribuir, objetos e afetos, geram laços sociais para além das trocas mercantis (MAUSS, 2013). Compreendemos também que as práticas de reciprocidade estabelecem relações básicas, sejam de parentesco, aliança ou prestação econômica (SABOURIN, 1999), de maneira que a observação das trocas estabelecidas em determinado contexto fala sobre as práticas de sociabilidade que ali se organizam.

A Feira das Sementes Crioulas de Canguçu acontece sistematicamente desde o início dos anos 2000, de modo que podemos tomá-la como um ritual. O caráter periódico da feira demanda uma organização anterior ao momento feira: é preciso preparar as sementes para a próxima edição. Preparar as sementes implica, para além de plantar, colher e selecionar grãos, conhecer novas espécies e variedades de plantas. E esse conhecimento acontece a partir da troca de experiências e de saberes e da ajuda mútua entre agricultores, parentes, vizinhos, conhecidos, extensionistas, pesquisadores e visitantes que participam da feira.

Ainda, como o espaço da Feira das Sementes Crioulas não comporta apenas sementes, congregando outras atividades e produtos – alimentação, artesanato, entretenimento, discussões –, apresenta uma diversidade de trocas com dinâmicas próprias que acabam por criar vínculos coletivos. Nesse sentido, propomos olhar a Feira das Sementes Crioulas de Canguçu a partir da circulação de afetos e objetos, das práticas de sociabilidade e dos laços nela estabelecidos ou fortalecidos.

Para tanto, acompanhamos a 7ª edição da Feira Estadual de Sementes Crioulas e Tecnologias Populares de Canguçu (2015), momento em que pudemos realizar observações e conversas com participantes, oficinairos, agricultores e organizadores do evento.

O presente texto é estruturado da seguinte maneira: depois desta breve introdução, apresentamos um histórico da Feira das Sementes Crioulas de Canguçu, seguido de uma etnografia da 7ª edição do evento. Por fim, pensamos a feira em suas várias dimensões, refletindo sobre o sentido das trocas a partir da dádiva e da reciprocidade.

## **A Feira das Sementes Crioulas de Canguçu, desde as primeiras sementes**

A Feira Estadual de Sementes Crioulas e Tecnologias Populares de Canguçu é realizada desde 2002, a partir de parceria entre diversas entidades, tendo à frente a União das Associações Comunitárias do Interior de Canguçu (UNAIC), juntamente com Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor (CAPA), Pastoral Rural, Comissão Pastoral da Terra (CPT), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), Associação Rio-grandense de Empreendimentos de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMA-

TER), Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), Escola Técnica Estadual de Canguçu (ETEC), entre outras organizações (LIMA, 2009; SARAVALLE, 2010; MENEGONI, 2011).

A iniciativa na produção de sementes teve origem com a UNAIC, que, constituída em 1988, buscava criar oportunidades e reduzir custos da produção agrícola, estimulando a produção de alimentos e promovendo melhores condições de vida para as famílias rurais. Assim, desde 1994 a UNAIC tem investido no resgate, na produção e na preservação de sementes crioulas, em um primeiro momento dedicando-se a variedades de milho e feijão, itens básicos para a alimentação da família e para a criação de animais (LIMA, 2009).

Tendo em vista o bom desempenho no resgate de variedades de sementes crioulas de milho e feijão, em 1997 foi criado o Banco Comunitário de Sementes, com duas linhas principais de atuação: uma voltada à comercialização de sementes, outra focada no aspecto social de resgate de sementes da região. Resgatar sementes implica não apenas obter o grão, mas reconstituir sua história, seus usos e, ainda, informações acerca do plantio, desenvolvimento e coleta. Do trabalho de resgatar sementes, surgiram os primeiros “guardiões de sementes”, camponeses que se importam não apenas em preservá-las, mas também resguardar sua história e importância cultural (SARAVALLE, 2010).

Essas experiências permitiram que, em 1999, a UNAIC transformasse a produção de sementes em um programa institucional da associação, o Programa de Produção de Sementes Crioulas, atendendo a mercados de comercialização e investindo em tecnologias específicas no beneficiamento de sementes crioulas. A participação no Programa Troca-Troca de Sementes, do Governo do Estado do Rio Grande do Sul, da Secretaria de Agricultura, Pecuária e Agronegócio, incentivou e facilitou a aquisição de sementes pelos agricultores, além de promover a troca de sementes com o próprio Estado e possibilitar a elaboração de um projeto para a aquisição, em 2001, de uma Unidade de Beneficiamento de Sementes própria (SARAVALLE, 2010). Atualmente, entre as sementes produzidas pela UNAIC, destacam-se: abóbora, alface, amendoim, batata-doce, batata-inglesa, ervilha, ervilhaca, fava, feijão (12 variedades), feijão miúdo, milho (15 variedades), milho pipoca e teosinto.

Resultante desse processo, em 2002, foi realizada a 1ª Feira Estadual das Sementes Crioulas e Tecnologias Populares em Canguçu. Essa primei-

ra feira teve como mote a dificuldade em encontrar variedades crioulas de milho na região, propondo-se também a promover um espaço de troca e comercialização de sementes crioulas na região e no estado, além de divulgar a importância das sementes para a agricultura de base familiar, denunciando as consequências das sementes híbridas e transgênicas para a sociedade. Essa primeira feira teve como inspiração as Feiras Estadual e Nacional do Milho Crioulo, promovidas, respectivamente, em 2000 e 2002 pelo Sindicato dos Trabalhadores na Agricultura Familiar de Anchieta em parceria com o Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), em Anchieta, Santa Catarina.

Como anteriormente mencionado, a Feira Estadual das Sementes Crioulas e Tecnologias Populares de Canguçu é realizada bianualmente no intuito de socializar conhecimentos, informações e formações, trocar experiências e sementes e promover intercâmbio estadual, nacional e mesmo latino-americano (MENEGONI, 2011). A feira tem foco na experiência das agricultoras e agricultores e conta com uma programação diversificada, na qual estão inseridos seminários, oficinas, palestras e shows, entre outros. A cada ano, um tema é escolhido para marcar o evento – a exemplo dos que seguem: Bioma Pampa (2009), Segurança Alimentar (2013), Sucessão Familiar (2015) – e em torno do tema escolhido é organizada a programação.

Na medida em que coloca em pauta a discussão sobre outras formas de produção que não as difundidas pelo pacote tecnológico da modernização da agricultura, a feira propõe uma reconfiguração da agricultura e do rural, maior independência do agricultor em relação à compra de sementes, sustentabilidade e autossuficiência alimentar (LIMA, 2009; MENEGONI, 2011).

Como antes mencionado, a 1ª Feira Estadual das Sementes Crioulas e Tecnologias Populares ocorreu em 2002, mais especificamente de 31 de agosto a 1º de setembro, no Centro de Formação de Agricultores de Canguçu (CETAC). De acordo com um dos agricultores que desde então contribui com a organização da Feira das Sementes Crioulas, a 1ª edição homenageou os agricultores do município, daí terem sido construídas uma casa de barro e palha e bonecos representando as diferentes etnias presentes na região: portugueses (um boneco vestido de gaúcho), quilombolas, alemães e italianos. Nessa feira, foi realizado o ato de doação (em comodato), pelo então Governador do Estado, Olívio Dutra, do prédio em que a UNAIC

estava sediada. Segundo os dados da UNAIC, essa feira reuniu 126 expositores, tendo recebido em torno de 7 mil visitantes<sup>1</sup>.

A 2ª edição ocorreu em 2004, nos dias 4 e 5 de setembro, no Instituto de Menores de Canguçu. Nesse espaço ocorreu também a 3ª Mostra Regional da Agricultura Familiar e 2ª Mostra Regional de Máquinas e Inventos para a Agricultura Familiar, tendo as escolas sido convidadas a expor inventos para concorrer ao prêmio de melhor invento da Feira das Sementes Crioulas. Nesta edição, foram recebidos agricultores em excursão e pesquisadores vindos da Argentina. Essa feira reuniu, então, 137 expositores, atingindo um público visitante de aproximadamente 12 mil visitantes.

A 3ª edição da Feira das Sementes Crioulas ocorreu em 2006, entre 4 e 6 de agosto, no Ginásio Municipal de Esportes Conrado Ernani Bento, congregando a 4ª Mostra Regional da Agricultura Familiar e 3ª Mostra de Máquinas e Inventos. Essa feira reuniu 154 expositores e aproximadamente 18 mil visitantes. Desde essa edição, as Feiras das Sementes Crioulas passaram a acontecer no referido ginásio.

A edição seguinte, só veio a ser realizada três anos depois, em 2009 (entre 5 e 6 de dezembro), para que o evento deixasse de coincidir com anos em que ocorrem eleições municipais. Tal coincidência dificultava a obtenção de apoio financeiro e o envolvimento de algumas entidades na organização e realização da feira. Na noite de sexta-feira, depois de montada a estrutura da feira, um forte temporal a desmontou<sup>2</sup>, episódio lembrado e relatado por vários que, à época, trabalharam durante toda a noite para reestruturá-la de modo a viabilizar a realização da feira a partir do sábado. Essa feira contou com 154 expositores e cerca de 12 mil visitantes.

A 5ª Feira das Sementes Crioulas ocorreu em 2011, nos dias 1 e 2 de outubro, tendo por tema “Sementes Crioulas: na diversidade o nosso futuro”. Essa edição reuniu, no Ginásio Municipal de Esportes, 80 expositores e em torno de 16 mil visitantes.

A 6ª edição da Feira das Sementes Crioulas foi realizada nos dias 5 e 6 de outubro de 2013. Esta edição teve como tema “Crioulas: sementes que resgatam o passado e garantem a segurança alimentar do futuro”. A orga-

---

<sup>1</sup> Os dados referentes ao público visitante das feiras foram cedidos pela UNAIC.

<sup>2</sup> Em diferentes momentos, escutou-se de pessoas que trabalham na Feira das Sementes Crioulas que a chuva é um de seus símbolos, pois desde a 2ª edição costuma chover nos dias que a antecedem e/ou naqueles em que se realiza.

nização da feira promoveu um concurso nas escolas rurais do município para eleger a frase que congregasse os temas sementes crioulas e segurança alimentar, sendo a escolhida (antes apresentada) de autoria de Milena Martins, da Escola Municipal José Luiz da Silva. Nesta feira, sob a coordenação da Secretaria de Educação do Município, foi confirmado o Grupo de Guardiões Mirins e Juvenis de Sementes Crioulas das escolas rurais do município. A proposta de formação dos Guardiões Mirins surgiu com a demanda da comissão organizadora da feira, que buscava meio de envolver as novas gerações com a manutenção das sementes crioulas e saberes a elas associados. Nesse contexto é que foram distribuídos *kits* de sementes, fornecidos pela UNAIC, para alunos inscritos – com suas escolas – tornarem-se guardiões mirins de sementes crioulas. Essa feira contou com 120 expositores e cerca de 20 mil visitantes.

A história da Feira Estadual de Sementes Crioulas e Tecnologias Populares de Canguçu também pode ser contada pelo conjunto de cartazes de divulgação de suas edições. Na figura abaixo, reproduzimos os cartazes de seis edições (ver Figura 1).



Figura 1: Cartazes de divulgação das várias edições da feira. Fonte: UNAIC.

A Feira Estadual de Sementes Crioulas e Tecnologias Populares é estruturada para que os agricultores exponham seus produtos: sementes, mudas, alimentos e artesanato. Também são convidadas a participar do evento escolas estaduais e municipais que desenvolvam trabalhos na área da agricultura e demais grupos que pretendam expor trabalhos. Como as bancas estão dispostas em círculo, o centro da feira é marcado por um espaço cultural, denominado pela organização de palco central, no qual acontecem shows, apresentações, informes e palestras, de maneira que, ao circular pela feira, o visitante esteja em contato com as atividades realizadas neste espaço. Visitem a feira agricultores<sup>3</sup>, técnicos, pesquisadores, estudantes e demais interessados na agricultura familiar, cabendo destaque aos guardiões de sementes: agricultores, quilombolas e indígenas que conservam sementes crioulas, guardando e selecionando variedades, com acompanhamento da Embrapa.

Segundo afirma um dos agricultores fundadores da UNAIC e guardião de sementes, “se quisermos mudanças, temos que investir na juventude, nas crianças”, pois eles serão responsáveis em manter agricultura sustentável e a qualidade dos alimentos. Um menino de nove anos, guardião mirim de sementes de feijão guapo, explica que, além de plantar, acompanhar o desenvolvimento da planta, colher a semente, trocar, vender e intercambiar experiências e vivências sobre o processo do referido feijão, “ser um guardião de sementes é cuidar da natureza”. Para ele, as sementes crioulas constituem o Rio Grande do Sul. “Sem elas não é possível viver”.

Como já dito, o espaço da feira não se restringe a sementes, é espaço de encontros e reencontros, trocas de saberes e produtos. Além das trocas de sementes, observa-se as de alimentos, artesanatos, frutos, livros, medicamentos caseiros, plantas, raízes, rizomas, entre outros.

A preparação da feira tem início com aproximadamente seis meses de antecedência, com uma primeira reunião entre os integrantes das organizações parceiras. A partir de então, as reuniões ocorrem a cada mês, sendo que no mês que antecede a feira o grupo se reúne semanalmente. A comissão organizadora da feira se distribui em grupos de trabalho – alimentação, cultura, divulgação, finanças, infraestrutura, transporte, etc. –, sendo a reunião geral o momento de elencar demandas, prestar contas do andamento dos grupos de trabalho e encaminhar assuntos que necessitam atenção do conjunto.

---

<sup>3</sup> Grande parte dos agricultores chega em excursões, organizadas pela Emater.

A feira é realizada sempre no final da semana, sendo que na sexta-feira acontece o seminário que reúne agricultores, estudantes, extensionistas e pesquisadores para discutir, com a participação de palestrantes convidados – pesquisadores e agricultores –, o tema escolhido pela comissão para aquela edição do evento.

A montagem da feira inicia na quinta-feira, quando são instaladas as barracas expositoras, energia elétrica, palco, *stands* de alimentação, etc., tendo continuidade na sexta-feira. Na noite de sexta-feira, com auxílio de alunos, professores e outros colaboradores da feira, são recolhidas mesas e cadeiras das escolas do município, para fazer a bancada dos *stands*<sup>4</sup>. Na ETEC, assim que finaliza o turno de aulas da noite, por volta de 22h30min, inicia a organização da Feira das Sementes Crioulas. O grupo responsável pela infraestrutura faz a contagem de mesas e cadeiras retiradas nas salas de aula, transportando-as até o local do evento. A organização do espaço finaliza na madrugada, por volta das 2h. Outro grupo de voluntários é responsável por recepcionar e hospedar as excursões que chegam na sexta-feira, geralmente excursões de agricultores de Santa Catarina e de outras regiões do Rio Grande do Sul. Os visitantes são hospedados no CETAC, na ETEC e em residências de membros da comissão organizadora da feira.

No sábado pela manhã, por volta das 7h, o grupo se encontra para arranjar detalhes da infraestrutura, receber os expositores e organizar a recepção às excursões. Por volta das 9h, chegam as primeiras excursões de agricultores. Ao descer dos ônibus, são direcionados para a entrada da feira, onde preenchem a ficha de inscrição e recebem o *ticket* para o almoço<sup>5</sup>. O período da manhã de sábado é considerado o mais tenso, pois é quando todos os expositores devem ser alocados, tem início a programação no palco principal e os visitantes devem ser recepcionados. Já no final da manhã a feira se encontra em um fluxo considerado normal, com apresentações acontecendo, expositores com *stands* montados e em diálogo com os visitantes.

É quando parte da comissão se volta para a realização do almoço. O almoço, preparado por *buffet* contratado no município de Canguçu, é servido a partir das 12h, estendendo-se até o meio da tarde, dado o elevado

---

<sup>4</sup> Nas últimas duas feiras (6ª e 7ª edições), foram recolhidas apenas as mesas e cadeiras da Escola Técnica Estadual sediada no município, pois a UNAIC agora possui uma quantidade de mesas e cadeiras, doadas pela rede escolar municipal.

<sup>5</sup> Geralmente são os alunos da ETEC, como voluntários, os responsáveis pela inscrição.

número de pessoas, entre expositores e visitantes. A tarde segue com as apresentações das escolas no palco principal, que à noite recebe apresentações artísticas. A abertura oficial da feira ocorre na manhã de sábado ou de domingo, dependendo da possibilidade de presença dos convidados.

No domingo pela manhã, chegam mais excursões, a maior parte dessas das localidades rurais de Canguçu. Neste dia, manhã e tarde são dedicadas a apresentações artísticas de cantores locais e apresentações das escolas. À noite, há um show de encerramento, geralmente com cantor ou grupo musical contratado, que também atrai pessoas da cidade. No início da noite, os expositores organizam os produtos, e o grupo responsável por desmontar a feira inicia a carregar mesas e cadeiras para a ETEC, bem como a organizar o espaço, encerrando a tarefa já no início da madrugada. Normalmente é realizado um jantar de encerramento para a comissão na noite de domingo. Na semana que segue, são ainda realizadas devoluções de material, pagamentos, organização da prestação de contas e, posteriormente, uma reunião da comissão para avaliação da feira.

### **Na feira: entre sementes, diversidades e afetos**

Entre os dias 3 e 4 de outubro de 2015, aconteceu a 7ª Feira Estadual das Sementes Crioulas e Tecnologias Populares de Canguçu, no Ginásio Municipal de Esportes da cidade. Tendo sido uma das maiores edições do evento e promovida sob o tema Sucessão Familiar, na véspera, foram realizados dois encontros: o Seminário de Sucessão Familiar e o Fórum da Agricultura Familiar (ver Figura 2).



Figura 2: Cartaz da 7ª Feira Estadual de Sementes Crioulas e Tecnologias Populares 2015, sob o tema Sucessão Familiar. Fonte: UNAIC, 2015.

Naquele espaço, aproximadamente 20 mil visitantes puderam encontrar uma diversidade de expositores que ocuparam os pavilhões da feira, dispostos em círculo ao longo das margens da pista de corrida do ginásio. Dentre os 184 expositores, apresentaram-se agricultores familiares e artesãos de outros municípios da região – além de alguns originários de Porto Alegre –; indígenas Guarani de Camaquã e de Canguçu. Também ali estavam entidades de apoio técnico e pesquisa, universidades, dentre as quais Emater e Embrapa; movimentos sociais; escolas estaduais e municipais de Canguçu e expositores independentes, como Yerba Buena – Autonomia e Saúde, Okupa 171, escritores e artesãos.

Ainda, nesta edição da Feira de Sementes Crioulas, foram lançados o I Acampamento da Juventude Rural, a I Feira do Livro de Canguçu, o I Congresso dos Guardiões de Sementes Mirins e a I edição da Feira Sabores da Terra. Dessa maneira, ficou evidente que tanto o espaço Feira como sua programação caracterizavam-se pela diversidade.

Chegamos a Canguçu no dia 2 de outubro, para participar do Seminário da Sucessão Familiar e Fórum da Agricultura Familiar. Entre agricultores, jovens, professores, representantes políticos e de instituições de pesquisa e desenvolvimento rural, associações e movimentos sociais, o encontro – que apresentava como tema principal questões relativas à sucessão familiar – desdobrava-se em tantos outros que, concomitantes ou não, eram permeados pelo diálogo, em temas como êxodo rural, políticas públicas, produção de alimentos, sustentabilidade, tecnologia etc.

A partir de depoimentos de agricultores experimentados na produção de alimentos e trabalho na terra, pesquisadores interessados na continuidade da agricultura familiar e professores do ensino técnico em agricultura e pecuária, o debate estendeu-se para o depoimento de jovens rurais da região, que refletiam sobre seus anseios enquanto potenciais sucessores e successoras rurais, atores chaves na continuidade da agricultura familiar.

Um dos pontos interessantes do debate foi o relato de uma jovem que, aos 18 anos, aprovada para cursar Agronomia na Universidade Federal de Pelotas, optou por continuar trabalhando na agricultura. A jovem é produtora rural e faz parte da organização da Feira Sabores da Terra, marcando em sua fala a preocupação com a forma como a educação é pensada e executada para aqueles que vivem no campo, tanto no ensino médio quanto no ensino superior. Para ela, a falta de políticas públicas voltadas à educação no campo é uma das causas do êxodo rural.

O I Acampamento da Juventude Rural foi organizado por professores e alunos da ETEC, com início na sexta-feira, dia 2 de outubro, tendo permanecido durante o evento. A estrutura do acampamento foi montada no pátio da referida escola, e sua programação foi integrada e concomitante à Feira das Sementes Crioulas. Nas dependências da ETEC, foram realizadas oficinas, festas e refeições, assim como o alojamento daqueles que levaram suas barracas. Café da manhã, almoço e jantar foram preparados com produtos agroecológicos e comprados de agroindústrias locais, tendo sido servidos gratuitamente. O público do acampamento não se constituía apenas de alunos da escola, mas em sua maioria de jovens secundaristas e universitários<sup>6</sup>, que além de participar das atividades do acampamento, tornaram-se parte dele, apresentando oficinas ou outras formas de expressão artística.

Durante as tardes, foram oferecidas oficinas, propiciando trocas de conhecimentos, saberes, feitos, preparos e experiências no que concerne a fotografia, estêncil<sup>7</sup>, cosméticos caseiros e naturais e a construção de um forno de barro.

Com programação específica para a noite, aconteceram durante o evento luaus ao som de músicos locais e declamações no sarau cultural, apresentação de teatro e festa de encerramento. Ainda, rodas de conversa sobre sementes, mudas, permacultura, agroecologia e economia solidária.

Dessa maneira, o Acampamento da Juventude proporcionou uma maior integração entre o público jovem local e os jovens que vieram de outros municípios da região para participar da Feira das Sementes Crioulas. Esses diálogos também possibilitaram contato e proximidade com as temáticas referentes à agricultura que permearam o evento: sementes, produção de alimentos, agricultura e sucessão familiar, agroecologia, sustentabilidade, entre outras.

O Ginásio Municipal de Esportes de Canguçu tem sido o espaço no qual acontece a Feira das Sementes Crioulas e Tecnologias Populares. Com-

---

<sup>6</sup> Aí inseridos o Grupo de Agricultura Ecológica da Universidade Federal de Pelotas (GAE/UFPel), graduandos/as do Curso de Agroecologia da Universidade Federal de Rio Grande (FURG – Campus São Lourenço do Sul) e pós-graduandos/as do curso de Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS).

<sup>7</sup> Técnica de impressão que utiliza material plano e fino que pode ser utilizado como molde, uma matriz para o feito de cópias.

posto por uma quadra coberta – na qual estão dispostos os banheiros e a cozinha –, uma pista de corrida que envolve uma pequena área verde –, na qual se encontram um campo de futebol, um pequeno parque para crianças e uma academia da terceira idade – e um estacionamento. O referido ginásio é cotidianamente utilizado como espaço para a prática de esportes, campeonatos escolares e lazer em geral.

Dois grandes pavilhões em lona branca, que abrigavam os expositores da feira, foram alocados na pista de corrida, de forma que essa parte da Feira das Sementes Crioulas envolvia o centro do ginásio, espaço no qual aconteciam apresentações culturais e onde foi montada a estrutura de som, sendo também dali que os avisos e as programações eram enunciados. Ainda, no entorno dessa parte central, encontravam-se os *stands* da Embrapa e da Emater, bem como o parque infantil.

No primeiro pavilhão, a caminhada pela Feira das Sementes Crioulas começava com inscrição gratuita do visitante na recepção do evento. Essa inscrição daria direito ao almoço, preparado no próprio evento. Em seguida, o visitante entrava na Feira das Sementes Crioulas propriamente dita, cuja abertura era realizada pela Feira Sabores da Terra de Canguçu.

A Feira Sabores da Terra foi inaugurada em maio de 2015 e a cada segunda-feira ocupa a esquina das Avenidas Exército Nacional e Conde de Porto Alegre, no centro da cidade de Canguçu. Com apoio da Cooperativa União, UNAIC, Prefeitura Municipal de Canguçu e Emater, nesse espaço são expostos produtos da agricultura familiar cultivados sem o uso de agrotóxicos, sob a proposta de fornecer alimentação saudável, de qualidade e que possibilite a compra direta de agricultores. São ali ofertados alimentos *in natura* – hortaliças, verduras, frutas e legumes – ou processados por cooperativas ou agroindústria familiar – arroz, feijão, massas, biscoitos, vinhos, mel e doces.

Além dos agricultores organizados em torno da Feira Sabores da Terra, outros produtores agroecológicos consolidados também ocupavam espaços na Feira das Sementes Crioulas. Dentre esses, podemos citar os produtores da Cooperativa Arpa-Sul de Pequenos Agricultores Agroecologistas da Região Sul Ltda (Arpa-Sul), que, fundada em 1995, por agricultores dos municípios de Arroio do Padre, Canguçu, Morro Redondo e Pelotas, comercializam principalmente hortaliças em feiras semanais realizadas nos municípios de Canguçu e Pelotas. Também a Banca 78 Produtos Coloniais,

que, com apoio da Emater/Pelotas e sediada no Mercado Público de Pelotas, oferece alimentos e bebidas de vários produtores da região, expondo e comercializando produtos como bolachas, doces, pimentas, salgados, sucos, entre outros.

No mesmo espaço, era possível encontrar artesanatos em madeira, vime, crochê, tricô ou lã de ovelha, bem como móveis, objetos de decoração, cestas, abajures, mesas de centro e, ainda, casacos, mantas, ponchos, dentre outros. Também um grupo de indígenas Mbya Guarani expôs ali seus artesanatos, colares em sementes coloridas, chocalhos, animais talhados em madeira, além de camisetas recebidas de projetos sociais que ali seriam vendidas ao público.

Um espaço destinado à I Feira do Livro de Canguçu e à exposição de livros, CDs e *souvenirs* do escritor porto-alegrense Pedro Marodim encerrava o primeiro pavilhão. Durante a Feira do Livro, personalidades da literatura canguçuense, bem como organizadores do evento, promoviam lançamentos de livros e mantinham um espaço para brincadeiras, desenhos e leitura para crianças.

Entre o primeiro e o segundo pavilhão, em um percurso circular, uma pequena praça de alimentação oferecia sucos, água e outras bebidas, salgados e sanduíches, disponibilizando mesas para que as pessoas pudessem sentar-se, descansar e confraternizar.

No segundo pavilhão, encontravam-se as escolas municipais e estaduais, que traziam para o local diversas atividades desenvolvidas no ambiente escolar, a exemplo da experiência da Escola Estadual de Ensino Fundamental Oziel Alves Pereira – localizada no Segundo Distrito de Canguçu, Pantanoso, Assentamento Renascer –, que desde 2008 alterna o plantio de hortaliças com a produção de chás para a “farmácia alternativa”, produzindo medicamentos caseiros para a comunidade. Do mesmo modo, fazia-se presente a Escola Estadual de Ensino Fundamental Orestes Paiva Coutinho, localizada no Distrito de Armada, que atende a filhos de assentados de 1º a 5º ano e que, desde 2012, desenvolve o projeto “Resgatando as Sementes Crioulas”, realizando atividades de pesquisa em sala de aula e dias de campo junto às famílias assentadas, visitas a cooperativas (como a Bionatur<sup>8</sup>) e instituições de

---

<sup>8</sup> A Bionatur (marca comercial da Cooperativa Agroecológica Nacional Terra e Vida Ltda. – Conaterra) é uma rede de sementes agroecológicas que iniciou em 1997, conformada por

pesquisa (Embrapa). Ainda, desde 2013, participam do Projeto Guardiões Mirins de Sementes Crioulas, com 16 guardiões mirins.

Nesse mesmo pavilhão, estavam expostas sementes crioulas, plantas ornamentais, medicinais e alimentares; cosméticos naturais; alimentos *in natura* e processados – biscoitos, bolos, caldo de cana, sucos –; artesanatos em fibras vegetais de junco, taboa<sup>9</sup> e palha de milho; móveis em madeira; artesanatos em porongo e, por fim, um brechó, espaço em que eram vendidas roupas, sapatos e objetos usados. O círculo se fechava com um espaço para as crianças brincarem: o parque habitualmente ali existente fora ampliado com novos brinquedos.

Avisos, rifas, danças, músicas, apresentações culturais de escolas, shows ocupavam o espaço central do ginásio. Ali também aconteciam pequenas reuniões de organização do trabalho, como as atividades propostas aos guardiões mirins de sementes crioulas, que percorriam a Feira das Sementes Crioulas entrevistando visitantes e expositores. O show de Marco Gottinari – músico pelotense, autor dos versos que abrem este trabalho –, foi um dos realizados no encerramento da festa, cujo final foi marcado por apresentação de famosa banda regional.

Ainda que o principal foco do evento esteja nas sementes, essas não eram expostas isoladamente ou em espaços exclusivos, mas permeavam todos os espaços da feira. A troca das sementes não se restringe a simples ato de permuta de grãos. As sementes trocadas – assim as ramas, estacas e brotos – carregam conhecimentos acerca da origem, do manejo da planta e possibilidades de reprodução.

Na Feira das Sementes Crioulas, as plantas mais procuradas são milho, feijão, batata-doce e mandioca, mas também tiveram destaque as sementes de chia, gergelim, abóbora, amendoim, pimenta, além de frutas como melancia de porco, melão, ameixa. Está prevista para uma próxima edição do evento a ampliação de sementes de plantas medicinais, sendo que camomila e endro estão já presentes.

---

assentados da reforma agrária e agricultores familiares dos municípios de Hulha Negra e Candiota, no Rio Grande do Sul. Atualmente, a Bionatur se constitui como importante rede de produção e comercialização de sementes, com atuação em âmbito nacional.

<sup>9</sup> Junco e taboa são plantas aquáticas nativas do Rio Grande do Sul. O junco é uma fibra extremamente forte e resistente, por ser mais robusto, enquanto a taboa apresenta uma fibra mais maleável e rústica.

Acompanhar a feira, o Acampamento da Juventude e participar dos espaços de diálogo do Seminário de Sucessão Familiar, junto ao Fórum da Agricultura Familiar, possibilitou perceber que o espaço coloca em pauta a diversidade de produtos e de agricultores, prestando-se a variadas dimensões de troca, de maneira que, para além das sementes, acontecem intercâmbios de saberes, experiências, arte, música e produtos, entre todos os que participaram do evento.

### **Pensando a feira: sobre dádiva e reciprocidade**

Como já dito, as Feiras Estaduais das Sementes Crioulas e Tecnologias Populares têm como principal objetivo promover o encontro entre agricultores e demais interessados em preservar e produzir sementes crioulas de diversas espécies, assim como estimular trocas, doações e vendas dessas sementes, bem como dar visibilidade a experiências em tecnologias populares voltadas à sustentabilidade da agricultura familiar.

Seguindo a proposta de intercâmbios em vários âmbitos – saberes, produtos, experiências –, eventos dessa natureza têm sido realizados no Brasil e na América Latina. Entre as principais feiras brasileiras, vale mencionar, entre outras, a Feira Nacional do Milho Crioulo e Feira Nacional das Sementes Crioulas, em Santa Catarina; a Feira Estadual de Sementes Crioulas, no Piauí; a Festa Estadual da Semente da Paixão, na Paraíba; a Feira de Sementes Caboclas, no Acre; a Feira Regional de Sementes Crioulas da Biodiversidade do Centro Sul do Paraná e Planalto Norte Catarinense e as Feiras Krahô de Sementes Tradicionais, no Tocantins.

Os organizadores e participantes dessas feiras são camponeses, quilombolas, indígenas, extrativistas e demais interessados na conservação da biodiversidade, como pesquisadores, estudantes e extensionistas rurais. O cuidado em guardar, reproduzir e melhorar sementes crioulas é tradicionalmente passado de geração em geração entre grupos camponeses e povos indígenas de todo o mundo, que asseguram a agrobiodiversidade das regiões, países e povos. Tal diversidade vem sendo constantemente ameaçada pelo modelo de modernização da agricultura, pautado nos pacotes tecnológicos que reduzem agrobiodiversidade e tornam agricultores e camponeses dependentes de cultivares melhorados e invarian-

tes (ALVES et al., 2013), especialmente as sementes híbridas e transgênicas<sup>10</sup>.

Sementes crioulas são altamente adaptadas às condições dos terrenos nos quais são cultivadas e garantem variabilidade genética, utilizando pouco ou nenhum insumo químico, mesmo em solos classificados como de baixa fertilidade. Já as sementes produzidas através de melhoramento genético buscam variedades altamente produtivas que acabam por ser padronizadas, de modo que se tornam vulneráveis e completamente dependentes de “condições ótimas” de cultivo, alcançadas através de uso de adubos químicos, fertilizantes e agrotóxicos em geral (LONDRES, 2014a).

Na década de 1960, passaram a ser consideradas sementes apenas os materiais produzidos por especialistas e empresas, ao passo que as sementes crioulas passaram a ser classificadas como grãos, ou seja, material sem qualidade para a reprodução e impedido de ser comercializado ou integrado às políticas públicas de distribuição, aquisição ou troca de sementes – Lei de Sementes 4.727 de 1965. Somente em 2003, com a Lei 10.711, esse impedimento foi revogado e as variedades crioulas passaram a ser reconhecidas como sementes, o que permite sua inserção em políticas públicas (LONDRES, 2014a).

Nesse meio tempo, a marginalização das sementes crioulas causou erosão genética, ou seja, a perda física de algumas variedades de sementes e redução considerável de outras, mas também perda de grande parte dos conhecimentos relacionados a seu uso e manejo. Assim, é desde aproximadamente 30 anos que se tem buscado recuperar tais sementes, através de estratégias de conservação da agrobiodiversidade. Uma dessas estratégias é mapear, fortalecer e promover apoio público a experiências e práticas locais de agrobiodiversidade junto a agricultores (LONDRES, 2014a).

---

<sup>10</sup> Sementes híbridas derivam do processo de hibridização, que consiste no cruzamento de diferentes variedades sexualmente compatíveis com o objetivo de alcançar vigor. A primeira geração de um híbrido é uniforme na expressão de suas características, mas não as gerações seguintes que vão perdendo vigor, suas características iniciais. Por esse motivo, essas sementes não são guardadas, sendo compradas a cada novo plantio. O processo de transgenia consiste na extração de um ou mais genes de uma espécie e sua introdução em outra cultivar, alterando a sequência de DNA. Essa alteração produz uma modificação nas características das sementes, plantas ou animais submetidas a tal processo, provocando produção de novas substâncias ou alterações na resistência a herbicidas, insetos, pragas e doenças, bem como prolongamento de sua vida. Transgênicos também são referidos como Organismos Geneticamente Modificados (OGM) (WILKINSON; CASTELLI, 2000).

A conservação da agrobiodiversidade perpassa práticas distintas dos modos de produção impostos pela Revolução Verde, pautados em aumentar a produção agrícola combinando mecanização da agricultura ao uso de variedades melhoradas e agroquímicos. Resgatar, cultivar e plantar sementes crioulas estão associados a formas de produção não convencionais, que perpetuam conhecimentos ao longo de gerações. Nesse sentido, as sementes preservam não somente a vida, transmitindo caracteres a novos descendentes, sendo fonte de futuras plantas e alimentos, mas também refletem a interação de mulheres e homens com a natureza, trazendo em si marcas da cultura e da história de um povo (CYTED, 2009). Além disso, a diminuição da base genética de cultivares e seus impactos em diversos sistemas de produção têm reflexos na segurança alimentar em âmbito local e global (SILVA et al., 2014).

Em todo o Brasil, há uma série de experiências de conservação e uso de sementes crioulas, que se organizam através de redes de produção e comercialização de sementes que podem ser multiplicadas, conservadas e melhoradas pelos próprios agricultores, como é o caso da Bionatur, no Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná (SILVA et al., 2014) ou através de bancos de sementes, como a Cooperativa de Pequenos Produtores Agrícolas dos Bancos Comunitários de Sementes na região do semiárido – especialmente de Alagoas e da Paraíba –, a União das Associações Comunitárias do Interior de Canguçu (UNAIC) e Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), no Rio Grande do Sul, e outras experiências de articulação local em torno das sementes crioulas<sup>11</sup> (LONDRES, 2012). Em âmbito local, destaca-se o Programa Troca-Troca de Sementes Crioulas da Prefeitura de Canguçu, sistema no qual o poder municipal adquire sementes crioulas da UNAIC e distribui, para cultivo, a agricultores e suas entidades organizativas, com subsídio de 50% e pagamento na safra.

Nas experiências com Banco de Sementes, a prática de trocas de sementes entre vizinhos e conhecidos é o principal método de manutenção e resgate de sementes, de forma que esses bancos passam a ser garantia e segurança dos agricultores contra possíveis perdas (PACKER, s/d). Cabe

---

<sup>11</sup> O Relatório “Oficina sobre Sementes Crioulas e Políticas Públicas” está disponível em: <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2012/10/Relato-Oficina-ANA-Sementes-BSB-set20121.pdf>.

ressaltar que tais experiências contaram com apoios e financiamentos de iniciativa pública e movimentos sociais, como o Movimento dos Trabalhadores Sem Terra (MST), a Comissão Pastoral da Terra (CPT), a Articulação Nacional de Agroecologia (ANA), a AS-PTA – Agricultura Familiar e Agroecologia e a Embrapa. As feiras de sementes inauguraram, então, um espaço de multiplicação, circulação e conservação das sementes, para que essas não desaparecessem (LONDRES et al., 2014b).

Uma das primeiras feiras de sementes no Brasil aconteceu entre os indígenas da etnia Krahô, no Tocantins, em 1997. A I Feira Krahô de Sementes Tradicionais reuniu todas as aldeias, a fim de trocar sementes e os conhecimentos a elas associados, tornando a feira um potencial espaço de circulação de saberes e variedades de plantas, mas também, para além da troca, um espaço de valorização cultural e discussão de questões pertinentes ao povo Krahô (LONDRES et al., 2014b). Para esse grupo indígena, as feiras de sementes constituem estratégia de resistência étnica, pois além de retomarem sementes de outrora, envolvem movimento, dança e ação política (BORGES, 2014).

De acordo com Eric Sabourin (1999), práticas de reciprocidade podem ser percebidas em forma de ajuda mútua, mecanismos de dádiva e de convites, assim como a prática de conservar e multiplicar sementes entre camponeses contemporâneos, que é realizada a partir de ajuda mútua, mobilizando vizinhos, parentes e a própria comunidade a se comprometer em produzir e manejar tais recursos, criando assim relações de dádiva e reciprocidade (MARQUES et al., 2007). Dessa maneira, observamos que as sementes crioulas no contexto apresentado propiciam diferentes sociabilidades, pois ao plantar, cuidar, colher e guardar essas sementes até o momento da troca é uma das maneiras de criar vínculos sociais. Para Marques et al. (2007), a segurança de ter no “outro” a garantia de obter algo tão importante como as sementes remete aos princípios fundamentais da dádiva.

Para Marcel Mauss (2013), são os ciclos da dádiva – o dar, receber, retribuir – que estão na base das relações de reciprocidade e, ao enfatizar as trocas como fato social total – que contempla múltiplas dimensões (religiosa, política, social, etc.) e estabelece diferentes tipos de atividade social –, sugere que sua base principal não está na troca dos objetos em si, mas nos laços criados a partir da circulação desses objetos. Nesse sentido, a reciprocidade estabelece relações de troca e a dádiva estabelece relações sociais.

E é esse comprometimento de, ao receber algo, dever retribuir, que garante a circulação de bens e, assim, a reciprocidade na comunidade (MARQUES et al., 2007). Nesse sentido, o vínculo é criado pela transmissão da coisa que não é necessariamente material, mas vínculo de alma, pois “apresentar alguma coisa a alguém é apresentar algo de si” e “aceitar alguma coisa de alguém é aceitar algo de sua essência espiritual, de sua alma”, de forma que as trocas têm a finalidade moral de produzir sentimentos de amizade (MAUSS, 2013, p.25).

As festas são espaços privilegiados de circulação, diversidades e sociabilidades, pois alimentam esses laços e vínculos sociais a partir do movimento de dar, receber e retribuir (WEDIG, 2009). De maneira semelhante, estudos sobre feiras, especialmente em feiras livres e mercados, destacam – tal como fez Lévi-Strauss (1996) – ambiência e ocupação do espaço público, bem como – ao evidenciar dimensões relacionadas a reciprocidade, troca de saberes e vivências, relações afetivas – formas de sociabilidade que ali se manifestam (VEDANA, 2004; OLIVEIRA et al., 2015) e, ainda, relação com o mundo do trabalho, especialmente no que diz respeito à circulação de mercadorias e à relação com a terra (OLIVEIRA et al., 2015).

É nesse sentido que entendemos as feiras de sementes, para além da multiplicação, circulação e conservação de sementes, como um rito de valorização da agricultura, de estimulação da diversificação dos roçados e apresentação de mecanismos de conservação da biodiversidade que abrem espaço para outros intercâmbios relacionados aos saberes, culturas, experiências e questões relacionadas ao contexto no qual se encontram (LONDRES et al., 2014). E, como, a partir do relato de Brown, ensina Marcel Mauss, as trocas que precedem intervalos são permeadas de misturas entre sentimentos e pessoas:

Trata-se, no fundo de misturas. Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca (MAUSS, 2013, p. 38).

## **Sementes e conhecimentos em movimento: o sentido das trocas**

A circulação de sementes observada na Feira das Sementes Crioulas de Canguçu constitui um momento de troca. Momento em que são permutadas coisas entendidas como economicamente úteis, mas também conhe-

cimentos, experiências, amabilidades, músicas, danças, festas, ritos, artes. Ou, como diria Mauss (2013), não são simplesmente trocados bens, riquezas e produtos economicamente úteis, mas afetos, momentos e festividades. Nesse contexto, a troca tem como base duas dimensões principais: uma ação social concreta realizada na troca das coisas – sementes, alimentos, artesanatos – e uma dimensão simbólica, na qual obrigações e liberdades, interesses e desinteresses tramam reciprocidades em dar, receber e retribuir (MARQUES et al., 2007).

Dessa maneira, as trocas que se apresentam no decorrer da feira, em suas diversas dimensões, acabam por gerar comprometimento e vínculos sociais entre os agricultores, mas também entre a parcela da população não agricultora que transita por esse espaço. São diversas as sementes que ali circulam: sementes de plantas alimentícias e medicinais, para garantir segurança alimentar, mas também sementes que garantem a continuidade dos camponeses, seus conhecimentos e seus modos de vida. A circulação dessas sementes é a confiança de que a agricultura familiar e a Feira das Sementes Crioulas em Canguçu terá continuidade.

Essa continuidade só é possível na medida em que o contingente que promove e organiza a feira se compromete em plantar, colher, multiplicar e conservar sementes, e aqueles que participam do evento prestigiam o momento dessas trocas. O processo de produção das sementes que serão levadas para a feira envolve uma série de atividades, realizadas por e para famílias, bem como comunidades que compartilham conhecimentos e práticas com crianças e demais guardiões.

De maneira semelhante, o envolvimento das demais instituições que se empenham na promoção dos seminários, oficinas e momentos culturais trazem à tona trocas imateriais, aquelas que serão vividas no momento da feira e pautadas nos encontros, nas questões a serem discutidas, nas danças e nas conversas compartilhadas. Trocas que também dependem das excursões de agricultores e outras pessoas que se encaminham para Canguçu a cada dois anos para prestigiar a feira.

Por fim, podemos dizer que a circulação de sementes crioulas sela a feira, formando uma rede de camponeses interessados em conservar diferentes variedades de plantas, assegurar alimento saudável, garantir diversidade na produção agrícola e um modo de vida pautado na agricultura familiar. Mas podemos também identificar que essas sementes agenciam tro-

cas e circulação de outras coisas, garantindo a continuidade dessas famílias rurais, de conhecimentos tradicionais e de pessoas interessadas na conservação da biodiversidade e dessa agricultura.

## Referências

ALVES, Sandra Aparecida; MARQUES, Gilliard Pedro; MENDONÇA, Marcelo Rodrigues. A produção de sementes de variedades crioulas e a construção da autonomia camponesa no Movimento Camponês Popular – MCP – no Brasil. 14º EGAL – Encuentro de Geógrafos de América Latina: Reencuentro de Saberes Territoriales Latinoamericanos, Lima, 2013. *Anales del XIV Encuentro de Geógrafos de América Latina 2013 Perú*. Lima: [S.I.], p.[S.I.], 2013. Disponível em: <<http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal14/Geografiasocioeconomica/Geografiaagricola/64.pdf>>. Acesso em: 11 nov. 2015.

BORGES, Júlio César. *Feira Krahô de sementes tradicionais: cosmologia, história e ritual no contexto de um projeto de segurança alimentar*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação de Antropologia Social, Universidade de Brasília, Brasília, 2014.

CYTED/Programa Iberoamericano Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (Ed.). *Sembrando esperanza: segunda feria provincial de semillas nativas y criollas*. San Salvador de Jujuy: RISAPRET, 2009. 68 p.

LÉVI-STRAUSS, Claude. *Tristes trópicos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

LIMA, Sandra Aparecida Kitakawa. *Agricultura familiar, sustentabilidade e desenvolvimento: um estudo sobre os avanços, dilemas e perspectivas da UNAIC – União das Associações Comunitárias do Interior de Canguçu (RS)*. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) – Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

LONDRES, Flávia (Relatora). *Relatório: oficina sobre sementes crioulas e políticas públicas*. Brasília, 2012. Disponível em: <<http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2012/10/Relato-Oficina-ANA-Sementes-BSB-set20121.pdf>>. Acesso em: 11 abr. 2016.

LONDRES, Flávia. Sementes da diversidade: a identidade e o futuro da agricultura familiar. *Agriculturas: experiências em Agroecologia*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 4-8, 2014a.

LONDRES, Flávia; DIAS, Terezinha Borges; PIOVEZAN, Ubiratan; SCHIAVINI, Fernando. *Sementes Locais: experiências agroecológicas de conservação e uso – as sementes tradicionais dos Krahô: uma experiência de integração das estratégias on farm e ex situ de conservação de recursos genéticos*. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2014b.

MARQUES, Flávia Charão et al. Circulação de alimentos: dádiva, sociabilidade e identidade. In: MENASCHE, Renata (Org.). *A agricultura familiar à mesa: saberes e práticas da alimentação no Vale do Taquari*. Porto Alegre: UFRGS, 2007, p. 154-176.

MAUSS, Marcel. *Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas*. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MENEGONI, Cleider da Cunha. *Sementes crioulas: o caso do programa de produção de sementes desenvolvido pela União das Associações Comunitárias do Interior de Canguçu*. 2011. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnólogo em Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural) – Faculdade de Ciências Econômicas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, São Lourenço do Sul, 2011.

OLIVEIRA, Silvana Silva de; DUTRA, Maria Rita Py; ZANINI, Maria Catarina Chitolina (Orgs.). *Somos todas mulheres e iguais!:* estudos antropológicos sobre feira, gênero e campesinato. São Leopoldo: Oikos, 2015. Disponível em: <[http://oikoseditora.com.br/files/Somos\\_todas\\_mulheres\\_iguais.pdf](http://oikoseditora.com.br/files/Somos_todas_mulheres_iguais.pdf)>. Acesso em: 15 nov. 2015.

PACKER, Larissa Ambrosano. *Biodiversidade como bem comum: direitos dos agricultores, agricultoras, povos e comunidades tradicionais* (Caderno). Paraná: M.5. Gráfica e Editora Ltda. s/d.

PETERSEN, Paulo. Sementes ou grãos? Lutas para desconstrução de uma falsa dicotomia. *Revista Agriculturas: experiências em Agroecologia*, Rio de Janeiro, v. 10, n.1, p. 36-46, 2013.

SABOURIN, Eric. Práticas de reciprocidade e economia da dádiva em comunidades rurais no nordeste brasileiro. *Raízes*, ano XVIII, n. 20, nov. 1999, p. 41-49.

SARAVALLE, Caio Yamazaki. *Banco de Sementes: estratégia de resistência camponesa na (re)produção e manutenção da vida e da agrobiodiversidade*. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Biológicas) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

SILVA, Patrícia Martins et al. Rede de Sementes Agroecológicas Bionatur: uma trajetória de luta e superação. *Revista Agriculturas: experiências em agroecologia*, Rio de Janeiro, v. 11, n. 01, p. 33-37, 2014.

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

WEDIG, Josiane. *Agricultoras e agricultores à mesa: um estudo sobre campesinato e gênero a partir da antropologia da alimentação*. Dissertação (Mestrado em Desen-

volvimento Rural) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

WILKINSON, John; CASTELLI, Pierina German. *A transnacionalização da indústria de sementes no Brasil: biotecnologias, patentes e biodiversidade*. Rio de Janeiro: ActionAid – Brasil, 2000.

# Mercados e território: as feiras orgânicas e agroecológicas no Rio de Janeiro<sup>1</sup>

*Annelise Caetano Fraga Fernandez  
Fernanda da Silva Ferreira*

## Introdução

O desenvolvimento de mercados orgânicos no Brasil está relacionado ao contexto de formação de movimentos de agricultura alternativa e crítica ao modelo de produção imposto pela modernização da agricultura desde os anos de 1970<sup>2</sup>. No Rio de Janeiro ganhou impulso, sobretudo, com pequenas feiras orgânicas que surgiram inicialmente na zona sul do Rio. A feira orgânica e cultural do bairro da Glória foi criada em 1994. Em 2010, foi criado o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, com a inauguração de novas feiras na zona sul, norte e, a partir de 2013, na zona oeste da cidade (FERNANDEZ; SANTOS, 2015).

Nesses circuitos de comercialização, para além da preocupação com a qualidade do alimento (livre de agrotóxicos) estavam presentes, desde sua origem, valores de contracultura e de crítica aos pacotes tecnológicos da agricultura moderna, que podem ser denominados como agricultura alternativa, agricultura ecológica, agroecologia. O produto orgânico, neste sentido, é expressão de modos de vida, de novas relações sociedade-natureza e economia.

Deste modo, o olhar mais atento sobre os mercados de orgânicos revela que estes são espaços onde diferentes agentes (produtores, intermediários, técnicos, consumidores) negociam bens simbólicos – “modos de

---

<sup>1</sup> Pesquisa desenvolvida no âmbito do projeto: Fortalecimento da rede sociotécnica orientada aos sistemas agroalimentares da zona oeste e Região Metropolitana do Rio de Janeiro. Chamada CNPq/MDS-SESAN n. 027/2012.

<sup>2</sup> Para a identificação de outros movimentos de agricultura alternativa anteriores a este período no Brasil e no mundo, ver Brandenburg (2002, p. 1).

perceber, classificar e intervir sobre o mundo e a realidade” (ARAÚJO, 2004). Os mercados neste sentido produzem culturas locais (MAZON, 2010).

Outras modalidades de feiras, denominadas “da roça”, agroecológicas ou mesmo de economia solidária<sup>3</sup> foram criadas na cidade<sup>4</sup> e na região metropolitana do Rio de Janeiro. Embora esses espaços de troca possuam afinidades de lutas e valores políticos, sobre suas formas específicas de nomeação incide um conjunto de restrições e normatizações sanitárias e de ordem pública, impostas pelas suas respectivas prefeituras e políticas públicas.

Nossa proposta é descrever essas atribuições a partir de uma perspectiva histórica e processual, mas, tal como é percebido o debate contemporaneamente, pode-se dizer que a definição do produto orgânico diz respeito ao aspecto técnico de produção, ou seja, livre de agrotóxico, mas nada diz sobre as relações sociais de produção, sobre a transmissão de conhecimento ao produtor, o regime da terra, sobre o trabalho familiar e tipos de mercado.

Já a definição de produto agroecológico traz consigo os valores da agroecologia, que tem se constituído como um movimento contra-hegemônico ao processo de modernização capitalista na agricultura imposto pela Revolução Verde. A agroecologia além de trazer velhos temas em novas agendas: reforma agrária vinculada não apenas a uma questão fundiária, mas territorial, ambiental e identitária, tem incluído novos debates, tais como o feminismo (com o lema “Sem feminismo não há agroecologia”), o tema das populações tradicionais e da sociodiversidade.

Ganha força, neste contexto, o debate sobre a realocização de alimentos, a *comida quilômetro zero*, vinculada à cultura alimentar local e a agrobiodiversidade, reforçando princípios da soberania e da segurança alimentar. Há a busca por maior integração e solidariedade nas relações campo-cidade e/ou uma nova percepção da cidade como espaço produtor de alimentos. Neste sentido, movimentos de agricultura urbana, inseridos nas

---

<sup>3</sup> Não vamos tratar neste texto especificamente dos circuitos de comercialização da economia solidária, mas é importante destacar importância deste setor no debate sobre comércio justo e solidário que contribuiu para a conquista de espaços de comercialização de produtos orgânicos e, na atualidade, para discutir o perfil das feiras.

<sup>4</sup> Explicaremos ao longo do capítulo, como as feiras agroecológicas na cidade do Rio de Janeiro surgem no circuito formal de feiras orgânicas.

redes de agroecologia, têm incorporado o tema do direito à cidade e a defesa de múltiplas manifestações de práticas agrícolas.

Podemos ter, neste sentido, mercados orgânicos com alta concentração de renda e racionalidade capitalista. Mas podemos ter também mercados orgânicos que se identificam com os valores mais amplos da agroecologia, mas que, devido a oportunidades econômicas e institucionais, estão em circuitos orgânicos. Nestes mercados, o aspecto de fácil inteligibilidade sobre o que é orgânico facilita sua aceitação pelo consumidor, tornando-se uma vantagem comercial assumir-se como orgânico. No entanto, para complexificar essas distinções, já se observa que mercados e produtos definidos como agroecológicos, também podem funcionar sob a lógica da acumulação capitalista, como pode ser identificado no site do Sebrae, que, ao falar sobre empreendedorismo, dedica especial atenção ao “agronegócio” de base agroecológica.

Observa-se, portanto que os termos orgânicos e agroecológicos, compreendidos “ao pé da letra” e desprovidos de sua historicidade e aura política, tornam-se apenas termos técnicos: agroecologia ou produção sem agrotóxicos. Logo, podem existir tanto em circuitos solidários como em circuitos estritamente mercantis.

Nas diferentes realidades, portanto, faz-se necessário entender os processos de formação desses mercados, com suas possibilidades de arranjos, formas de nomeação e valores transacionados nesses espaços. Se em algumas regiões do país se observam circuitos distintos de produtos orgânicos e agroecológicos (COMUNELLO, 2012), no caso do município do Rio de Janeiro, observa-se a existência de circuitos orgânicos, nos quais os valores agroecológicos buscam espaço e desafiam as regras desses espaços (MAZON, 2010).

Assim, inspiradas em Comunello (2012) e Zelizer (2009), procuramos pensar como essas disputas ideológicas atribuídas aos produtos orgânicos *versus* agroecológicos e/ou mercados solidários *versus* mercados capitalistas não se realizam em mundos hostis ou estanques, mas se interpenetram na construção dos mercados. Isso se dá tanto pelo fato de que essas identidades são relacionais e dinâmicas, como também pelo fato de que as regras de funcionamento de cada um desses circuitos (certificações, qualidade, padrões de funcionamento, preços, etc.) podem contaminar um ao outro.

O presente artigo pretende reconstituir o processo de construção dos mercados orgânicos e agroecológicos na cidade do Rio de Janeiro e Região

Metropolitana, procurando analisá-los como comunidades discursivas onde são negociados sentidos sociais e se constroem novas tessituras no território (RAFFESTIN, 1983) da cidade e da região metropolitana. Para dar conta dessas escalas espaciais, faremos uso do conceito de sistema sêmico de Claude Raffestin (1983) e da perspectiva de mercado como espaço de trocas simbólicas de Pierre Bourdieu (2005, 2006, 1987).

Descreveremos, portanto, a formação e a dinâmica desses espaços de comercialização, com ênfase em três espaços de comercialização de produtos orgânicos na zona oeste: a Feira Agroecológica da Freguesia<sup>5</sup>, a Feira Orgânica de Campo Grande e a Feira Orgânica do Rio da Prata.

Na primeira seção, apresentaremos o processo de formação dos primeiros circuitos de comercialização de orgânicos na cidade e da abertura desses novos mercados na zona oeste e na região metropolitana. E, por fim, descreveremos as dinâmicas desses mercados na zona oeste, iluminando os sentidos sociais atribuídos aos termos orgânico, agroecológico, as agendas e lutas presentes em escalas territoriais e de políticas públicas, construídas por atores, organizações e redes.

## **1 Mercados de produtos orgânicos no Rio de Janeiro**

Os primeiros mercados de produtos orgânicos no Rio de Janeiro foram criados no fim da década de 1970 e no início dos anos 80, em um contexto de forte influência do movimento orgânico que ganhava espaço nas universidades, sobretudo, na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (FONSECA, 2005; VALENÇA, 2014).

Um dos marcos deste processo foi a criação da Cooperativa dos Produtores e Consumidores de Alimentos, Ideias e Soluções Naturais COONATURA-RJ, criada em 1979 e registrada em 1981. Esta cooperativa tinha inicialmente cerca de 300 associados (O GLOBO, 1981) e chegou a ter dois mil associados-consumidores (FERREIRA, 2013). Ela nasceu a partir da mobilização feita por Joaquim Moura, que no período de 1976 a 1979 escrevia para a seção “Cartas de leitores” do Jornal do Brasil sobre temas relacionados à contaminação de alimentos, entre outros. Este grupo de pes-

---

<sup>5</sup> A Feira da Freguesia oficialmente é denominada como orgânica e está vinculada ao Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Seus organizadores, no entanto, afirmam sua identidade agroecológica.

soas decidiu criar uma cooperativa de produtos ecológicos. Nesta formação inicial, estava Paulo Aguinaga, produtor e morador da região do Brejal, em Petrópolis, que organizou os produtores do local, fazendo a integração campo-cidade (FERREIRA, 2013). Além da produção orgânica, a COONATURA também se dedicava a militância antinuclear e movimentos pacifistas (O GLOBO, 1981).

Igualmente promovida pela chegada de neorrurais na Região Serrana do Rio, a feira orgânica de Friburgo foi a primeira<sup>6</sup> a ser criada no Brasil. Logo depois, em 1985, este mesmo grupo, liderado por Cristina Ribeiro, criou a Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO), dedicada ao longo dos anos 90 em promover um sistema de certificação orgânica (FERREIRA, 2013).

De acordo com esta fundadora da ABIO (em depoimento a FERREIRA, 2013), o ano de 1992 foi um marco importante para os produtos orgânicos, por conferir destaque à relação entre alimento e meio ambiente, no contexto da Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (ECO-92), realizada no Rio de Janeiro. No período entre as décadas de 1990 e 2000, houve um significativo aumento de mercados de produtos orgânicos no Rio de Janeiro, influenciados pela ECO-92 e pelos ideais de saúde alimentar e cuidados com o meio ambiente que marcavam o debate à época. A feira orgânica e cultural do bairro da Glória foi criada em 1994, pela ABIO e pela COONATURA (FERREIRA, 2013; FONSECA, 2011).

De acordo com Cristina (FERREIRA, 2013), além da Feira da Glória e da COONATURA, os produtos orgânicos circulavam apenas em feirinhas de clubes, igrejas e condomínios. Com a falência da COONATURA e motivados pelo desejo de alargar os canais de escoamento da produção, este grupo, entre o fim dos anos de 1990 e o início dos anos 2000, buscou a entrada nos supermercados. Apesar de conseguir entregar alguns produtos, Cristina Ribeiro descreve esta relação como “massacrante”, frente às exigências de código de barras, filas para entregar os produtos, venda em consignação e doação de produtos para degustação. Com a desistência deste grupo de produtores, a abertura de mercado foi entregue a cooperativas de

---

<sup>6</sup> Em depoimento a Ferreira (2013), Cristina Ribeiro acredita que esta foi a primeira feira do Brasil.

agricultores familiares ou empresas com maior estrutura. Apesar de um êxito inicial, a entrevistada (FERREIRA, 2013) relata que estes grupos foram aos poucos desistindo, e ganhou força a ideia de que as feiras eram o caminho adequado para os produtores com pequena estrutura.

Outra iniciativa importante para o acesso de produtos orgânicos na cidade foi a fundação do grupo de compras coletivas – Rede Ecológica – no ano de 2001, e se deu de forma despretensiosa pela iniciativa de duas ex-associadas da COONATURA, Miriam Langenbach e Elizabeth Linhares. Esta última, ao ter contato com a agricultora assentada Sebastiana, durante fase de sua pesquisa sobre assentamentos, no município fluminense de Trajano de Moraes, observou a dificuldade dos assentados em escoar a produção. Ela, então, decide junto com Miriam, trazer sua produção e vender para seus vizinhos no bairro da Urca. Desta primeira iniciativa nasceu a ideia de construir um novo caminho para acessar os produtos orgânicos. A Rede Ecológica aos poucos organizou a compra de frescos e secos de produtores de diferentes partes do país, privilegiando assentamentos, movimentos sociais e agricultores familiares. Na atualidade, tem dez núcleos de entrega em bairros da cidade do Rio de Janeiro e um em Nova Iguaçu. A rede aos poucos foi politizando suas ações de consumo e aprofundou seu interesse pelas questões que envolvem todo o sistema agroalimentar e sobretudo o debate agroecológico. A rede se define como um movimento social. O consumidor que deseja tornar-se associado deve passar por reuniões nas quais ele toma conhecimento das atividades voluntárias para manter o funcionamento da rede e a sua proposta política, alinhada com a agroecologia. A participação na rede de membros atuantes em projetos, organizações e movimentos de perfil ambientalista consolidaram o engajamento da rede em várias das agendas do 3º Encontro Nacional de Agroecologia<sup>7</sup> e nos movimentos em defesa da agricultura na cidade e na região metropolitana do Rio de Janeiro, conforme descreveremos a seguir.

Voltando à ABIO, após a organização de um seminário sobre comercialização no ano de 2007, amadurece a convicção de que o caminho para o escoamento dos produtos orgânicos eram as feiras, possibilitando a venda direta dos agricultores aos consumidores. Segundo depoimento de Cris-

---

<sup>7</sup> Realizado em maio de 2014 em Juazeiro-BA.

tina (FERREIRA, 2013), após alguns anos de conversas e negociações com políticos, em 2010 a configuração política da Secretaria Especial de Desenvolvimento e Economia Solidária, ocupada pelo PT e com a presença de uma liderança do movimento de economia solidária – Rosemary Gomes – foi fundamental para o êxito do projeto. Com a adesão da SEDES, houve o posterior convencimento da Secretaria Especial de Ordem Pública SEOP, responsável pela autorização de novas feiras.

Assim, no ano de 2010<sup>8</sup>, foi criado o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, com a inauguração de feiras no Bairro Peixoto, Ipanema Leblon e Jardim Botânico. E, como dissidência da Feira da Glória, foram criadas a Feira do Flamengo, Laranjeiras e Botafogo coordenadas pelo grupo Essência Vital e também vinculadas ao Circuito Carioca.

No ano seguinte, foi inaugurada a Feira da Tijuca, na zona norte da cidade. Em 2013, foi inaugurada a Feira da Freguesia<sup>9</sup> (coordenada pela Rede Carioca de Agricultura Urbana<sup>10</sup> e a Feira da Barra da Tijuca. Em 2014, foi criada a Feira Orgânica da Leopoldina no bairro de Olaria. Em 2015, foi inaugurada a feira do Méier e da Ilha do Governador.

Fora do circuito, foi criada a Feira Orgânica de Campo Grande em 1996, a Feira Agroecológica da UFRJ<sup>11</sup> em 2010, a Feira Orgânica do Rio da Prata (no Bairro de Campo Grande) em 2014. Na Região Metropolitana, foram criadas em 2011, as feiras de Nova Iguaçu e Queimados e a Feira da Roça de Japeri. Em 2012, em Magé, foi inaugurada a Feira da Agricultura familiar<sup>12</sup> e, em 2013, a Feira Agroecológica de Guapimirim e a Feira Josué de Castro em 2015<sup>13</sup>.

---

<sup>8</sup> O decreto só foi assinado em 2012.

<sup>9</sup> Localidade do Bairro de Jacarepaguá, na zona oeste do Rio de Janeiro.

<sup>10</sup> Oficialmente a AS-PTA se responsabiliza pela feira como assessora técnica.

<sup>11</sup> De acordo com a página do seu *facebook*, ela é o resultado da parceria entre representantes do Restaurante Universitário UFRJ, Instituto de Nutrição Josué de Castro, Projeto Capim-Limão e Agência UFRJ de Inovação.

<sup>12</sup> Embora não seja orgânica, vários de seus participantes têm certificação orgânica e contam com a assessoria da AS-PTA. A identidade da feira vinculada à agricultura familiar aponta, entre outros aspectos, que é o agricultor ou sua família que está comercializando os produtos, em contraste com as feiras convencionais, dominadas por intermediários.

<sup>13</sup> Funciona no campus da Fundação Oswaldo Cruz e é organizada por membros da ENSP – Escola Nacional de Saúde Pública. A feira funciona quinzenalmente e tem caráter temporário. Faz parte deste projeto o financiamento do aluguel das barracas pela instituição e ajuda de custo para o transporte dos feirantes. Após o vencimento do prazo de seis meses, os resultados da feira serão avaliados pelos organizadores e participantes.

O Circuito Carioca de Feiras Orgânicas foi construído com o intuito de criar canais de venda direta, de modo a possibilitar uma viabilidade econômica para pequenos produtores do Estado do Rio de Janeiro. Também pretendia aumentar o acesso aos alimentos orgânicos e viabilizar o aumento da oferta de orgânicos produzidos no Rio de Janeiro (FONSECA, 2015).

Os movimentos de agroecologia, buscando as oportunidades já consolidadas pelo Circuito Carioca, reivindicaram a abertura de novas feiras orgânicas na zona oeste, mas estas surgem com um perfil diferenciado das feiras da zona sul, trazendo novas identidades e modificando as dinâmicas deste mercado.

Se, por um lado, os movimentos agroecológicos lutam por acessar esses mercados diferenciados dos produtos orgânicos e se organizam para a conquista de sistemas participativos de garantia (SPG), por outro lado, o fazem, politizando o debate sobre as exigências de normas de circulação e comercialização de produtos da agroindústria, ao questionarem: “normas sanitárias para que e para quem?”.

Da mesma forma, entendem que diante de inúmeras dificuldades para a produção orgânica/agroecológica dos pequenos produtores: de recuperação do solo por longa utilização de agrotóxicos, qualidade de saneamento da propriedade, condições ambientais do entorno (devido ao tipo de produção dos vizinhos), a chamada transição ecológica pode ser um processo de longa duração e que deve ser conduzido de forma solidária por técnicos, demais produtores e consumidores.

Sob todos esses aspectos, o produto agroecológico é “algo mais” e, ao mesmo tempo, “algo menos” que o produto orgânico. É “mais”, porque diz respeito a formas de construção horizontal do conhecimento entre técnicos e agricultores, de metodologias participativas e de autogestão, de valorização da agricultura familiar e da manutenção da terra e do território, pelo estímulo ao autoconsumo e pela compreensão de que o mercado tem como objetivo garantir a reprodução social desses grupos, e não simplesmente o lucro. Em contrapartida e sob o ponto de vista das regras dominantes do mercado, é “menos” que o produto orgânico, porque a complexidade de agendas e lutas do movimento agroecológico dificulta a compreensão por parte dos consumidores, e mesmo dos produtores, sobre as qualidades agroecológicas reunidas no produto orgânico. Também é menos, uma vez que o mercado agroecológico admite em certos contextos, a comercia-

lização de produtos em fase de transição agroecológica e porque defende a importância da certificação, mas argumenta que esta não deve constrições possibilidades de organização de circuitos de comercialização de produtos limpos, com base em relações de confiança e em circuitos curtos de comercialização.

Como esses valores são comunicados aos consumidores e permitem fortalecer os mercados? O marketing faz uso de ideias simples e diretas para comunicar valores, desejos e para serem rapidamente compreendidos. O produto orgânico tem uma definição clara – livre de agrotóxicos –, tem um selo que comprova esta qualidade e, em alguns casos, a existência do selo se sobrepõe à garantia de grupos ou mesmo instituições com base em sua respeitabilidade ou relações de confiança.

Na atual formatação institucional das feiras do Circuito Carioca, não há feiras de produtos agroecológicos, apenas de orgânicos, normatizadas pelo seu decreto de criação. Deste modo, a oportunidade de acessar este mercado, com regras específicas de certificação e comercialização (padronização das barracas, proibição de processamento dos alimentos, da venda de produtos de origem animal, proibição de preparo de alimentos, proibição de artesanatos), impõe restrições à agroindústria familiar. Com base em Mazon (2006), concordamos que a exigência crescente de tecnificação fragiliza a participação de pequenos produtores no mercado. Sobre a desigualdade das formas de acesso aos diferentes tipos de capital, Bourdieu (2005, p. 25) destaca que os capitais tecnológicos, financeiros e comerciais existem ao mesmo tempo sob a forma objetivada, em equipamentos e técnicas e sob a forma incorporada de habilidades e competências.

Por um lado, afirmar-se como agroecológico e marcar diferença frente ao orgânico pode significar perder um espaço já conquistado pelo mercado orgânico e de rápida inteligibilidade ao consumidor – é livre de agrotóxico. Por outro lado, como garantir esses espaços de geração de renda e comunicar a complexidade de valores agregados ao produto agroecológico, diferenciando-se do orgânico ao mostrar sua matriz de equidade social e de defesa da vida?

Outro aspecto deste debate, é que à medida que agentes poderosos entram no mercado de orgânicos, aumenta a oferta de espaços de comercialização e de horários, de apresentação sofisticada desses produtos (embalagens e aparência) e de marketing que dificultam a permanência dos

pequenos no mercado e as vantagens das feiras como espaços únicos de oferta dos produtos. Mas, na contramão desta história, há casos que demonstram que a simplicidade e a rusticidade também têm potencialidades neste mercado. Este foi o caso relatado por um agricultor, ao contar que uma freguesa comprava “banana arranhada”, como um pedido de sua patroa.

De acordo com Portilho e Castañeda (2008, p. 1), o cuidado com o alimento e com o meio ambiente tem levado consumidores para mercados de orgânicos locais, mas supor que todos os consumidores são militantes é equivocado. Os consumidores tendem a reproduzir suas expectativas de padronização dos alimentos, de embalagens, de gostos e de disponibilidade da oferta de produtos (quantidade, sazonalidade) que nesses mercados seguem outras lógicas. O uso do saco plástico e de embalagens de isopor são exemplos de práticas que nem sempre são problematizadas pelos consumidores de orgânicos. Poderíamos falar neste sentido de um *habitus* de consumo constituído nos mercados convencionais que resiste e se modifica apenas lentamente. De acordo com Bourdieu (2005, p. 49), o *habitus*, como produto de experiências passadas, seria como uma tela de tempo entre o estímulo e a reação.

Frente a essas dificuldades, perguntamos: de que modo esses novos mercados orgânicos e agroecológicos podem fortalecer ou contribuir para a reprodução social desta pequena agricultura fragilizada e ameaçada territorialmente?

É cedo para avaliar se esses mercados poderão superar entraves estruturais e as regras de funcionamento impostas por agentes dominantes, mas é inegável o dinamismo do processo de construção de um território desejado (RAFFESTIN, 1983) – o território agroecológico – a partir das feiras orgânicas e agroecológicas no Rio de Janeiro, conforme apresentaremos a seguir.

## **2 Mercado e território: as feiras da zona oeste e da região metropolitana**

Embora relacionadas aos processos históricos mais amplos que descrevemos na seção anterior, as feiras orgânicas/agroecológicas da zona oeste e da região metropolitana surgem pela ação de agentes estratégicos que buscam construir uma nova cartografia, fazendo existir a atividade agrícola e aqueles que a produzem. Suas oportunidades e restrições, contudo, são

delimitadas pelos arranjos prévios que conformaram o mercado de orgânicos (MAZON, 2010) e pela posição estrutural de seus agentes (BOURDIEU, 2005) no contexto da atividade agrícola no estado.

A zona oeste e a região metropolitana são as áreas onde estão localizados os espaços tradicionalmente voltados para a agricultura, já que ambas as regiões formavam, até meados do século XX, o “cinturão agrícola” da cidade do Rio de Janeiro (FERNANDEZ, 2009; FERNANDEZ e SANTOS, 2015). Contudo, o processo de modernização da agricultura e as transformações mais amplas das relações econômicas passaram a exigir formas tecnificadas e de produção em massa que alteraram o lugar e a relevância dessa agricultura no conjunto de atividades econômicas no plano das grandes cidades.

Deste modo, a oportunidade de participar das novas feiras orgânicas/agroecológicas para os agricultores dessas regiões se dá em um contexto de fragilidade das condições de produção e reprodução desta agricultura. Embora alguns já estivessem atuando em feiras convencionais, para outros, trata-se do primeiro espaço formal de comercialização, fruto da própria inserção em movimentos de agroecologia.

Na história de formação do mercado de orgânicos da zona sul, observa-se a existência de um público consumidor mais elitizado e a atuação de produtores com recursos culturais e econômicos que permitiram suportar as dificuldades iniciais de construção deste mercado (FERREIRA, 2013). Já na zona oeste, os agricultores são desprovidos dos diferentes capitais necessários para iniciar novos mercados. Vivendo em condições de ameaça territorial, de abandono por instituições de assistência técnica e dificuldade de acesso a políticas públicas, ainda atendem nas feiras um público pouco sensibilizado para o consumo de alimentos ecológicos. O mercado, desta forma, acaba por expressar relações e condições de desigualdade estabelecidas em outras esferas da vida social.

Neste sentido, a criação de feiras orgânicas/agroecológicas nesses bairros e municípios confere novas dimensões simbólicas a esses territórios: a produção de alimentos saudáveis e com preços justos para consumidores menos favorecidos, a venda dos produtos em locais próximos das áreas de cultivo, a segurança alimentar da comunidade local, a inserção do produtor no sistema agroalimentar não apenas como fornecedor, mas também como consumidor, o incentivo à cultura alimentar local, à diversidade de produção e ao autoconsumo.

Na zona oeste, portanto, ainda que as oportunidades de acesso ao mercado tenham sido estabelecidas pela certificação orgânica, é a agenda de temáticas agroecológicas que mobiliza os diversos agentes políticos. Fonseca (2005, p. 9), neste sentido, ao considerar as distinções entre o enfoque orgânico e o agroecológico, considera que o primeiro tende a valorizar mais a perspectiva do consumo, enquanto o movimento agroecológico tende a valorizar a perspectiva dos produtores (*farmers first*).

A conversão orgânica/agroecológica dos agricultores da zona oeste tem início com a atuação de atores, organizações e instituições que aos poucos os inseriram em redes de participação política e de acesso a mercados. Atores históricos na construção do mercado de orgânicos e movimentos agroecológicos na cidade e no estado, a quem já nos referimos anteriormente, vão aos poucos se conectando por meio de suas organizações com as associações dos produtores. Assim destaca-se, por exemplo, a certificação dos agricultores locais pela ABIO e a entrada dos agricultores da zona oeste nas feiras do Circuito Carioca e também como fornecedores e consumidores da Rede Ecológica.

O ano de 2006 marca o início do Projeto Profito<sup>14</sup> no Maciço da Pedra Branca, onde se concentra a atividade agrícola na zona oeste. O projeto tinha como objetivo estimular a formação de modelos socioprodutivos de plantas medicinais com os produtores. No entanto, à medida que o projeto se desenvolvia, constatou-se que:

**Todos** os produtos e novidades gerados pelo Profito em conjunto com os agricultores: mudas e seus viveiros residenciais, os sistemas agrofloretais medicinais, as plantas *in natura*, as plantas secas e rasuradas na forma de sachês, a cúrcuma, o sabonete líquido e os sabonetes artesanais em barra esbarravam em legislações restritivas (BAPTISTA, 2014), a começar pela própria permanência dos agricultores em uma unidade de conservação, cujo tema consta no SNUC (2000) e Lei Estadual de Populações Nativas (1995) (FERNANDEZ; BAPTISTA, 2014).

Face a esses impedimentos, o Profito mapeou organizações e instituições com atuação neste território e promoveu a construção de laços de sociabilidade e mobilização política, estimulou a criação de uma nova associação de agricultores – a Agrovargem – no ano de 2007 e a progressiva integração entre as três associações agrícolas locais<sup>15</sup>. O ano de 2010 mar-

---

<sup>14</sup> Implantado pelo Núcleo de Gestão em Biodiversidade e Saúde de Farmanguinhos/Fiocruz.

<sup>15</sup> Agropрата, Agrovargem e Alcri.

cou a aproximação do Profito e dos agricultores do Maciço da Pedra Branca com a Rede Carioca de Agricultura Urbana<sup>16</sup> (Rede CAU), que neste período e se constituía como tal.

A Rede CAU, antes mais restrita aos quintais e relacionada ao princípio de sociabilidade, reciprocidade e preservação de saberes, passou a abarcar o tema de acesso a mercados, da certificação orgânica, do acesso a políticas públicas, das compras públicas, legislação urbana e ambiental e seu impacto sobre a agricultura (FERNANDEZ e BAPTISTA, 2014, p. 113). A partir desta integração, se iniciam também os contatos e intercâmbios com associações agrícolas da região metropolitana e com a Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro.

Uma das agendas mobilizadoras desta articulação em rede foi a luta pela DAP ou declaração de aptidão ao Pronaf. O documento confere não apenas o reconhecimento político da identidade de agricultor familiar, como, por meio desta, permite acessar mercados institucionais e políticas públicas. Em 2012, foram conquistadas as primeiras DAPs no Maciço da Pedra Branca e foi realizada a primeira venda pelo Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), ao colégio estadual Professor Teófilo Moreira da Costa, no bairro de Vargem Grande, que, simbolicamente, foi inaugurado, na primeira metade do século passado, como uma escola rural.

Frente ao discurso dos órgãos oficiais da Prefeitura sobre a inexistência de territórios rurais e da agricultura, há o empenho por parte da Rede CAU em construir uma realidade performática – ao afirmar a existência de uma agricultura que se faz na cidade e, portanto, se define como uma agricultura urbana<sup>17</sup>. Em sua carta política (2014), a rede explicita o papel dos mercados como expressão da luta política:

Os agricultores da cidade do Rio de Janeiro produzem alimentos saudáveis em quantidade e qualidade adequada, condizentes com os valores culturais locais e regionais. A Rede Carioca de Agricultura Urbana tem a convicção

---

<sup>16</sup> De acordo com Prado (2010, p. 12), grupo A Paz e o Bem Maria Luiza Torres; um grupo do Pró-Jovem Adolescente do Centro de Referência de Assistência Social (CRAS) Cecília Meireles, de Campo Grande; a Pastoral da Criança, com grupos organizados na Praia da Brisa, no Jardim Guaratiba, em Campo Grande e Santa Cruz; a Rede de Socioeconomia Solidária da zona oeste e as ONGs AS-PTA e PACS, além da Ong Verdejar, com atuação Na Serra da Misericórdia, zona norte.

<sup>17</sup> Com o objetivo de conhecer, fazer conhecer (BOURDIEU, 2006) esta realidade e produzir políticas públicas, foi realizado nos dias 21 a 23 de outubro de 2015, o I Encontro Nacional de Agricultura Urbana no Rio de Janeiro.

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

O movimento de agroecologia atuante na zona oeste e também na região metropolitana é, portanto, um ator sintagmático, nos termos de Raffestin (1983), que projeta no espaço suas representações e práticas para a produção de um território desejado. As feiras conectadas com os espaços agricultáveis, com as associações e organizações formam uma tessitura ou sistema sêmico no espaço. Essa tessitura conta a história de resistência da agricultura familiar no espaço urbano e suas novas formas de existir em quintais produtivos e em uma área protegida<sup>18</sup>. O acesso ao mercado é claramente uma estratégia de luta pelo território, de fazer conhecer e reconhecer (BOURDIEU, 2006) a agricultura e seus agricultores no espaço da cidade. Nas palavras de uma liderança da Rede CAU, Bernardete Montesano, as feiras cumprem o papel de “afirmar todo dia que tem agricultura nesta cidade!”.

A cartografia desenvolvida pela AS-PTA (apresentada abaixo) como parte dos resultados de seu projeto “Alimentos saudáveis em mercados locais”, descreve essas novas tessituras territoriais<sup>19</sup> que ganham visibilidade pela ação dos grupos ligados aos movimentos agroecológicos. Nesta representação, podem ser identificadas, em suas dimensões espaciais e relacionais, as associações de agricultores do Maciço da Pedra Branca: a Alcri, Agrovargem e Agroprata; as novas experiências de agricultura urbana tais como, as das Ongs Verdejar e CEM (Centro de Educação Multicultural) que atuam na Serra da Misericórdia<sup>20</sup>; os quintais produtivos; o grupo de

---

<sup>18</sup> Parte substantiva do Maciço da Pedra Branca, com grandes áreas agrícolas, foi transformada em parque estadual no ano de 1974.

<sup>19</sup> A AS-PTA elaborou outros mapas para a região metropolitana.

<sup>20</sup> A Serra da Misericórdia abriga quatro complexos de favelas: do Alemão, da Penha, do Juramento e do Sapê.

compras coletivas – Rede Ecológica – e a Rede Carioca de Agricultura Urbana, em torno da qual esses coletivos se organizam. Esses núcleos, por sua vez, aparecem interligados aos mercados, que incluem as feiras orgânicas/agroecológicas, o ponto de venda local em Vargem Grande e as escolas que compram alimentos pelo PNAE.

Neste sentido, trata-se do registro da potência política dos movimentos agroecológicos atuantes no território desde 2010. A perseguição do êxito econômico e a consequente consolidação desses mercados são condicionadas e condicionantes à conquista de outros capitais: sociais, políticos, simbólicos, tecnológicos, etc.

O mapa êmico expressa tanto a capacidade de reinvenção e ressignificação de uma agricultura tradicional e familiar, realizada no Maciço da Pedra Branca, quanto de experiências inovadoras de agricultura urbana, em áreas densamente povoadas e com diferentes formas de dominialidade da terra, de novos arranjos entre consumidores e produtores e, por fim, de inserção de pessoas portadoras de ruralidades, descendentes de famílias produtoras, que encontram possibilidade de atuação em algum segmento desta cadeia agroalimentar.



Figura 1: Fonte: Raissa Theberge. AS-PTA, Revista Territórios da Agricultura Familiar na Região Metropolitana do Rio de Janeiro, 2015.

## 2.1 As feiras da região metropolitana

Se o caminho político em defesa da agricultura no Rio de Janeiro se constrói pela afirmação da agricultura na cidade, já nos municípios da região metropolitana há a afirmação por parte dos movimentos sociais de sua realidade rural e agrícola, endossada pela história de luta de seus assentamentos, pela existência de secretarias municipais de agricultura, de agentes de assistência técnica atuantes e comprometidos. Apesar disso, incidem sobre este território metropolitano fenômenos da mesma natureza: a ameaça de desterritorialização por grandes empreendimentos e investimentos imobiliários.

O termo “feira da roça” fortalece esta representação rural, além de permitir um perfil diferenciado e local em relação aos produtos comercializados – da roça – (processados, queijos, linguiças, produtos limpos e em processo de construção de sistemas de SPG). Certamente, esta representação do território não é compartilhada por grupos empresariais e políticos dominantes que definem este território como dotado de espaços vazios e já reservados a grandes empreendimentos urbanos e industriais.

Na região metropolitana, no ano de 2007, a Comissão Pastoral da Terra (CPT) criou a Escolinha de Agroecologia de Nova Iguaçu, como uma estratégia de reprodução da agricultura familiar e de incentivo à transição para práticas produtivas livres de agrotóxico por assentados e pequenos proprietários. No ano seguinte, a Emater-Rio assumiu a coordenação pedagógica da escolinha. Posteriormente, as parcerias se expandiram, com a incorporação da ONG AS-PTA, da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa Agrobiologia), da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), do Ministério da Agricultura (Mapa), da Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro (Pesagro-Rio) e a Federação da Pesca do Estado do Rio de Janeiro (Fiperj) (STRAUCH, MENDONÇA, ROSA, 2012).

A Feira da Roça de Nova Iguaçu, criada em 2006, a Feira da Roça de Queimados, em 2010, e a de Japeri, em 2011<sup>21</sup>, são compostas por produtores que passaram pela escolinha. A apresentação de produtos sem agrotóxicos pode ser entendida como um resgate da produção natural e uma opor-

---

<sup>21</sup> A Feira Agroecológica de Guapimirim foi criada em 2013, com apoio da AS-PTA.

tunidade de atender à crescente demanda por alimentação saudável e cuidados com a natureza. De modo geral, podemos destacar a valorização da identidade do produtor orgânico e a recuperação de uma atividade historicamente praticada na região e que foi perdendo espaço diante das representações urbanas, tensionadas pelos movimentos sociais ligados à agroecologia.

Os intercâmbios que ocorrem nesses espaços têm contribuído para a incorporação das práticas orgânicas/agroecológicas por parte de outros produtores e para o entendimento do território como um espaço de articulação política e de fortalecimento das relações (TEISSERENC & TEISSERENC, 2013).

Conforme observam Strauch, Mendonça e Rosa (2012), o aumento de mercados orgânicos verificado na Região Metropolitana do Rio de Janeiro também pode ser pensado à luz das iniciativas de organizações ligadas à agricultura familiar, que pensam a comercialização direta como um meio de fortalecimento da pequena produção orgânica e atuação política, de luta por seus modos de vida e reconhecimento frente aos órgãos públicos. Deste modo, o aumento dessas feiras protagonizadas por agricultores familiares pode ser pensado no âmbito das articulações que são estabelecidas entre pessoas e grupos afins aos valores agroecológicos.

## 2.2 A Feira Orgânica de Campo Grande e do Rio da Prata

A feira orgânica de Campo Grande foi criada em 1996<sup>22</sup> por agricultores do Rio da Prata, com o apoio do Sindicato Patronal Rural. Funciona na sede da Emater, aos sábados pela manhã. Embora os agricultores (de acordo com seus relatos) já não utilizassem agrotóxicos, a conversão à produção orgânica ocorreu apenas no período 2001-2003, por ocasião da realização de um projeto da Ong Roda Viva. Além da capacitação para a produção orgânica, este projeto organizou os produtores na Associação de Produtores Orgânicos da Pedra Branca, posteriormente renomeada (informalmente) como Agroprata. A despeito deste intervalo de tempo, os agricultores da feira contam sua existência a partir da data original de criação, para afirmar o pioneirismo da produção orgânica dos agricultores do Rio da Prata.

---

<sup>22</sup> Tem início como um pequeno ponto de venda com apenas dois agricultores.

Além da atuação nesta feira aos sábados, os agricultores mantiveram sua participação no circuito de feiras convencionais e, com a abertura do Circuito Carioca de Feiras orgânicas, em 2010, passaram a vender também seus produtos na zona sul. A Feira de Campo Grande durante quase uma década teve pouco movimento e o fato de estar em um bairro menos nobre da cidade e em um espaço fechado (ainda que pertencente a um órgão público) contribuiu para a venda de produtos com menos restrições do que nos circuitos formais. Nos últimos dois anos, contudo, a feira tem passado por crescente dinamismo e, uma vez por mês, é realizada na feira a entrega de produtos secos dos consumidores da Rede Ecológica.

A participação dos agricultores em circuitos de feiras orgânicas, no caso da Agropрата, tem permitido o reconhecimento dos agricultores e seus produtos em outros bairros da cidade, fazendo com que eles adquiram crescente notoriedade. Além disso, a ampliação desses mercados locais tem incentivado a adesão de agricultores à Agropрата<sup>23</sup> com menos recursos e trajetórias distintas. O engenheiro agrônomo que participou do projeto Roda Viva, ao fazer um balanço dos seus resultados, descreve a fala de um dos agricultores que participaram da conversão orgânica, o que lhe deu a noção de que alguma coisa havia mudado:

Ele falou qualquer coisa do tipo: “olha a relação da gente, agricultor, com os compradores agora é muito diferente, eles respeitam a gente, eles querem saber sobre a nossa vida onde a gente mora, o que a gente faz, eles escutam a gente. Eu passo boa parte do tempo na feira explicando às pessoas sobre o meu trabalho, a minha vida...” e olha, ele falou isso com uma força que eu disse: caramba! É uma coisa que, na sociedade, um feirante pobre vendendo um produto que você compra e vai embora. Ali, de repente, ele é o alvo das atenções, o centro... vem então uma pessoa, entre aspas que eles acham que é bacana tem carro, salário, se veste bem, tem uma aparência razoável, chega e quer ouvir o que eles têm a dizer, e mais, esse processo foi se consolidando. Os fregueses vão visitá-los, vão lá em cima conhecê-los. Ele estava tentando então mostrar para outra pessoa do grupo como era diferente [...]. Então ele foi um cara que incorporou esse negócio (FERNANDEZ, 2009, p. 306).

A Agropрата, diferentemente das demais associações de agricultores da zona oeste, é a única que possui uma sede, com estufa e cozinha<sup>24</sup>, con-

---

<sup>23</sup> Alguns desses produtores tornaram-se associados, vislumbrando novas oportunidades nos mercados de orgânicos e, outros, após participarem de projetos de extensão desenvolvidos no local.

<sup>24</sup> Construída pela Ong Roda Viva.

dição que possibilita o desenvolvimento de algumas atividades agroindustriais e o amadurecimento de frutas com procedimentos orgânicos. Assim, quando comparada às demais associações locais, pode-se observar como o capital tecnológico – condições técnicas, estruturas e equipamentos – pode ser importante para a conquista de outros capitais.

Em 2014, uma série de conflitos entre a associação e os participantes da Feira Orgânica de Campo Grande levou à independência da gestão da feira. Os feirantes fizeram um regimento interno, estabeleceram uma coordenação e passaram a fazer reuniões mensais de gestão da feira. Bernardete Montesano, membro da Rede CAU, avalia que neste momento os agricultores de fato se sentiram “autores” da feira, e este espaço passou a fazer sentido como um espaço político. A definição de feira orgânica foi substituída também pela definição de feira agroecológica.

Neste mesmo ano, a Agroprata criou a Feira Orgânica do Rio da Prata, na localidade de mesmo nome e bem próxima de sua sede. Um dos associados cedeu espaço para o funcionamento da feira em seu sítio. O fato de estar em um espaço privado, possibilitou sua rápida formação e a autogestão de forma criativa e inspirada na experiência dos agricultores em outras feiras. Este espaço possibilitou novas experiências em conjunto com a feira, tais como a comercialização de café da manhã, a organização de caminhadas e festas comemorativas.

A agenda de feiras na zona sul implica um custo elevado de frete e uma rotina cansativa para agricultores que contam com pouca mão de obra familiar e ao longo do tempo foram se especializando na cultura de banana e caqui. Isso não significa que não haja produção voltada para o autoconsumo e outros produtos para a comercialização. Mas, passados alguns anos da inserção dos produtores no circuito orgânico, não há uma tendência marcante de reorganização da produção ou estratégias menos penosas de comercialização. Ao que parece, o desejo de manter esses pontos de comercialização e o capital social e simbólico adquirido nesses espaços de troca compensam esses custos. Um dos agricultores com maior atuação nas feiras do circuito afirmou em conversa informal: “Meu forte é banana, caqui e aipim”, sugerindo que não tinha interesse em investir em outros alimentos para a comercialização.

Há que se considerar, contudo, que a pequena diversidade em escala comercial tem sido compensada com experimentações de novos produtos,

tais como, mudas de plantas para temperos, plantas medicinais, além de produtos processados, entre eles: frutas-passa e frutas-chips, doces, licores e o vinagre do caqui que podem gerar valor agregado e estimular a entrada de novos membros da família nas etapas de processamento e comercialização.

É preciso avaliar a longo prazo os desdobramentos dessas estratégias de comercialização e tecnificação dos produtos em conjunto com o capital simbólico – divulgação de sua história de vida, apresentação do seu lugar aos visitantes, etc. – e social que são transacionados nas feiras locais e geram novas oportunidades.

Nas feiras da zona sul, que funcionam com até 37 barracas e são formadas por produtores de diferentes municípios do estado, é possível manter certa especialização. Nas feiras locais, contudo, o número de barracas varia entre seis a nove unidades, colocando o desafio de oferecer variedade de produtos. No caso da Feira do Rio da Prata, a falta de diversidade de produtos tem sido compensada com a compra de produtos do Brejal, na região serrana.

O desejo dos produtores por mais geração de renda, prestígio e reconhecimento nesses circuitos e/ou para atender compromissos políticos de movimentos e organizações em feiras de eventos, tensiona a organização da produção familiar, que não consegue se estruturar rapidamente para as novas demandas. Há evidências que as feiras acessadas pelo próprio produtor e não por intermediários estimulam o produtor a diversificar sua produção, estimulam a entrada de novos membros da família para dividir as tarefas e aumentam a alternatividade entre culturas de mercado e de autoconsumo. No entanto, o compromisso de manter determinados pontos de venda ou com uma variedade de produtos com os quais ele não pode arcar, tem produzido outras estratégias, tais como a venda de produtos de outros parceiros, que a longo prazo pode fortalecer apenas aqueles que já estão mais estruturados. Este poderia ser um caso, conforme descrito por Ferreira (2013, p. 97), no qual “a reprodução do capital simbólico só pode se dar à conta da destruição dos demais capitais”, resultando em esforços pouco efetivos em termos econômicos.

Na Agroprata é possível perceber a vivência e a valorização do enfoque orgânico, sobretudo pela forte inserção de alguns de seus produtores nas feiras da zona sul do Circuito Carioca. Embora sejam engajados em diversos temas e questões que se apresentam cotidianamente ou trazidos

pelos atores inseridos na Rede CAU, eles têm dificuldade de entender como se articulam as diversas agendas do movimento agroecológico. A Rede CAU por sua vez, aposta na vivência de experiências, nas visitas de SPG como momentos de formação<sup>25</sup>, realização de intercâmbios e a participação de agricultores em atividades de representação como formas de aprendizado político.

### 2.3 A Feira da Freguesia

A Feira da Freguesia (Fafre) foi criada em agosto de 2013, no contexto de abertura do Circuito de Carioca de Feiras Orgânicas. Contando com o engajamento de agricultores da Agrovargem na Rede CAU, o desejo inicial deste coletivo era abrir uma feira orgânica no bairro de Vargem Grande<sup>26</sup>. Mas, de acordo com a SEDES, havia desde 2006 uma reivindicação da associação de moradores da Freguesia pela criação de uma feira orgânica no bairro, que é o primeiro passo neste processo. Logo, o coletivo optou pela Freguesia.

Oito organizações reunidas em torno da Rede CAU fizeram um curso de formação para os agricultores e mediadores atuantes na feira. Os agricultores da zona oeste e da região metropolitana se reuniram semanalmente e discutiram temas tais como: economia solidária, formação de preços, conformação, estatuto da feira, e organizaram visitas a outras feiras orgânicas. Embora oficialmente seja denominada feira orgânica e obrigada a apresentar a programação visual do circuito, seus organizadores produziram materiais de divulgação em que a identidade agroecológica é afirmada. Para complementar a oferta de produtos dos agricultores da zona oeste, foram convidadas as associações de produtores do Brejal (região serrana), Magé e Tanguá, por seus vínculos com a Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro. Embora alguns agricultores da Agropirata tenham participado do curso de formação, a distância e as novas oportunidades de feiras locais em Campo Grande tornaram pouco atrativa sua entrada na feira da Freguesia.

Diferente de alguns agricultores de Campo Grande que já possuíam uma participação consistente em feiras convencionais, a Feira da Freguesia

---

<sup>25</sup> A Rede CAU é responsável pela organização do SPG da ABIO entre os agricultores da zona oeste.

<sup>26</sup> Bairro onde se localiza a Agrovargem e parte da produção agrícola no Maciço da Pedra Branca.

significou a entrada de agricultores da Agrovargem e da Alcri que atuavam em pontos de comércio informais, venda de porta em porta ou venda para atravessadores. Outro ineditismo da Rede CAU neste processo foi a certificação participativa de quintais produtivos.

De muitas formas, a Rede CAU se apresenta como uma organização desafiadora (MAZON, 2010) frente aos grupos estabelecidos no circuito, pressionando pela flexibilização de regras de comercialização e melhores oportunidades para os agricultores. Assim é que uma das suas representantes argumentou na SEDES a defesa da venda de artesanato desde que fosse um saber fazer vinculado ao território e a produtos da agricultura familiar. Sua argumentação foi aceita.

Após dois anos de existência, a feira, embora esteja localizada em um ponto nobre do Bairro da Freguesia, ainda precisa consolidar sua clientela. Buscando equilibrar as vendas da feira, alguns mediadores, atuantes na Rede CAU e inspirados nas planilhas de compras da Rede Ecológica<sup>27</sup>, organizaram um pedido de cestas coletivas para os consumidores do Bairro de Vargem Grande, a chamada Cesta Verde, com os produtos da feira. Esta iniciativa, além de colaborar para o equilíbrio entre oferta e demanda de produtos da Feira da Freguesia, tem como objetivo gerar uma demanda organizada para uma futura feira orgânica em Vargem Grande.

## Conclusões

Seguindo a proposta de Bourdieu (2005, p. 2) em assumir a “historicidade constitutiva dos agentes e de seu espaço de ação” na estruturação dos mercados, o presente capítulo buscou descrever a constituição e a dinâmica dos espaços de comercialização de produtos orgânicos/agroecológicos na zona oeste e na região metropolitana do Rio de Janeiro. Diante de muitas possibilidades analíticas, de temas, escalas e recortes, procuramos aqui enfatizar o estudo dessas feiras como comunidades discursivas, onde são negociados sentidos sociais e se constroem novas tessituras no território (RAFFESTIN, 1983) pelos movimentos agroecológicos.

---

<sup>27</sup> A Rede Ecológica apoiou este movimento de organização de compra coletiva, mobilizado por pessoas atuantes na própria rede.

Observa-se que a conquista dos espaços de comercialização orgânicos foi compreendida como uma oportunidade de divulgação e afirmação dos valores agroecológicos e da existência da agricultura e de agricultores na cidade.

Deste modo, as feiras, interligadas às áreas de cultivo, às organizações, aos agricultores, consumidores e redes tecem um novo sistema semi-co sobre o território da cidade, com base na realocação de alimentos e na defesa de territórios agricultáveis. De acordo com Schmitt (2011, p. 6), esses novos formatos de produção, processamento e consumo de alimentos questionam as estruturas de poder que hoje governam o sistema agroalimentar.

A despeito da atuação integrada do movimento agroecológico na zona oeste e na região metropolitana, observa-se que, no primeiro caso, a luta em defesa da agricultura local assume a identidade de agricultura urbana, englobando tanto a realidade da agricultura familiar quanto as novas experiências dos quintais produtivos. Já no segundo, a existência de territórios rurais, assentamentos e secretarias de agricultura confere força às representações do rural como projeto de luta, frente aos anseios de ocupação do espaço por grandes empreendimentos industriais e imobiliários.

No entanto, em ambos os casos, trata-se de uma agricultura extremamente fragilizada, na qual as dificuldades de acesso à terra e as múltiplas formas de desterritorialização produzem outras formas de desigualdade, que se estendem às relações de mercado. Com base em Schmitt (2011, p. 6), cabe perguntar em que medida esses mercados conseguirão reorientar os fluxos de energia que dão sustentação às atividades econômicas?

O caráter fortemente local das feiras estudadas aponta para o desafio da diversificação de produtos, para a falta de politização ou sensibilidade ecológica dos consumidores, a imposição de *habitus* por parte dos consumidores e produtores adquiridos nos mercados convencionais, a carência de diferentes recursos – econômicos, logísticos, tecnológicos, organizacionais – para “fazer o ponto”, são exemplos de dificuldades que ameaçam a consolidação das feiras.

Em contrapartida à baixa demanda, o sucesso também pode trazer dificuldades. Para a maioria dos agricultores da Fafre, este é o primeiro espaço formal de comercialização, representando uma potencialidade de geração de renda, reconhecimento como agricultores e de oportunidades

de participação em novas feiras do circuito e feiras de eventos. As novas demandas, no entanto, colocam as dificuldades de organização da produção, falta de mão de obra, dos custos de transporte, etc.

Uma das soluções encontradas para resolver a questão da pouca diversidade de produtos nas feiras locais é o convite para que agricultores de outras regiões participem da feira ou a comercialização de seus produtos. A longo prazo, essas soluções podem fortalecer apenas esses parceiros dotados de mais recursos, mas, talvez, para os agricultores locais, a manutenção do ponto pode resultar no acúmulo de outros capitais (políticos, simbólicos). Igualmente, as condições técnicas, a existência ou não de determinadas estruturas e equipamentos – sedes, estufas, cozinhas – fazem diferença para a conquista de outros capitais. Lembramos, assim, da importância da construção da sede e da conversão orgânica para que os agricultores da Agroprata pudessem acessar o mercado de orgânicos e por meio deste buscassem novas formas de reconhecimento.

De acordo com Raffestin (1983), a construção dos sistemas sêmicos deve ser compreendida a partir do jogo de representações dos diferentes atores que constroem o espaço vivido. Frente às oportunidades dos mercados orgânicos, agroecológicos, da atuação em movimentos agroecológicos, dos cursos de capacitação de diferentes mediadores, os agricultores constroem diferentes tessituras, criam novidades e sobretudo descobrem novas possibilidades de contar sua história.

## Referências

- ARAÚJO, I. S. de. O Mercado simbólico: um modelo de comunicação para políticas públicas. *Interface – Comunic., Saúde, Educ.*, v. 8, n. 14, p. 165-77, set. 2003-fev. 2004.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 2006.
- BOURDIEU, P. O campo econômico. *Revista Política e Sociedade*, v. 6, p. 15-57, 2005.
- BOURDIEU, P. *A economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- BRANDENBURG, A. Movimento agroecológico: trajetória, contradições e perspectivas. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*. n. 6, p. 11-28, jul./dez. 2002.
- CARTA ABERTA REDE CAU. Disponível em: <<https://aarj.wordpress.com/2014/12/14/carta-aberta-da-rede-carioca-de-agricultura-urbana/>>. Acesso em: 15 set. 2015.

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

FERNANDEZ, A. *Do Sertão Carioca ao Parque Estadual da Pedra Branca: a construção social de uma unidade de conservação à luz das políticas ambientais fluminenses e da evolução urbana do Rio de Janeiro*. Tese (Doutorado em Sociologia) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009.

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

FERNANDEZ, A.; SANTOS, M. de O.; BAPTISTA, S. R. N. Território-rede de agroecologia: ciência(s) e saberes locais na ambientalização de lutas na zona oeste e Região Metropolitana do Rio de Janeiro. Encontro Anual da ANPOCS, 38. Caxambu. *Anais...* 2014.

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

FONSECA, M. F. de A. C. *A institucionalização dos mercados de orgânicos no mundo e no Brasil: uma interpretação*. 476p. Doutorado (Ciências Sociais, Agricultura e Desenvolvimento) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

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

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

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

MAZON, Marcia. Padrões de Qualidade e Segurança Alimentares no Terreno Institucional Brasileiro. *Revista Dados*, v. 52, n. 4, p. 1.003-1.045, 2010.

MAZON, Marcia. A construção social do mercado olerícola na ótica da Nova Sociologia Econômica. Estudo de caso em Urubici – SC. Encontro Anual da ANPOCS, 30., 25-29 de out. 2006. *Anais ...*, 2006.

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

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

RAFFESTIN, C. *Por uma Geografia do Poder*. São Paulo: Ática, 1983.

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

SEBRAE. Disponível em: <<http://www.rn.sebrae.com.br/noticia/de-agricultores-familiares-a-empresendedores-agroecologicos/>>. Acesso em: 15 set. 2015.

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

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

VALENÇA, Taina. Os produtores do circuito carioca de feiras orgânicas do Estado do Rio de Janeiro. *VI Congreso Iberoamericano de Estudios Territoriales y Ambientales*. São Paulo, 2014. Disponível em: <<http://6cieta.org/arquivos-anais/eixo2/Taina%20Guimaraes%20Valen%C3%A7a.pdf>>. Acesso em: 12 set. 2015.

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

# **Iguarias derivadas da mandioca<sup>1</sup>: do rural ao urbano o consumo de uma tradição nas feiras livres de Aracaju**

*Sônia de Souza Mendonça Menezes*

## **Introdução**

As feiras na região nordeste do Brasil são instituições econômico-culturais tradicionais. Sua periodicidade depende da organização de cada localidade, geralmente acontecendo em dias alternados nos espaços circunvizinhos. As comunidades mais distantes se deslocam para comercializar o fruto de sua produção, bem como adquirir produtos que necessitam para a sua sobrevivência. Para além dos pequenos e médios centros urbanos, as feiras livres são realizadas também nas cidades de grande porte.

Diferentemente das feiras semanais realizadas nos municípios localizados no interior do estado, as feiras livres realizadas nas capitais não se constituem como o principal espaço de comercialização, contudo, continuam a desempenhar papel relevante, não só econômico, mas também socio-cultural na medida em que unem pessoas de localidades diferentes, tornando-se espaço de diversidades culturais e de sociabilidades.

Em Aracaju – capital sergipana, a partir da década de 1980, com a expansão urbana as feiras se multiplicam e são frequentadas por consumidores de todas as classes sociais. Entretanto, diante do avanço do setor comercial formal, com a inserção dos super e hipermercados, alguns setores técnicos de instituições públicas e privadas questionam a existência das feiras livres. Todavia, observamos que tais feiras estão solidificadas na identidade da população que demanda produtos agrícolas, alimentos tradicio-

---

<sup>1</sup> Este artigo apresenta resultados parciais do Projeto de Pesquisa: Produção e comercialização de comidas típicas nas feiras semanais dos municípios da Grande Aracaju, Sertão e Agreste Sergipano: tradição, identidade e renda. EDITAL UNIVERSAL – MCTI/CNPq n. 14/2014. Processo n. 458844/2014-4.

nais e bens de consumo diversos comercializados semanalmente nos bairros.

A configuração desse espaço de comercialização tem um papel importante nas transações econômicas no mercado informal. Essas relações estão fundamentadas, principalmente, no uso do dinheiro líquido, indispensável para a reprodução social dos grupos familiares, similares àquelas desenvolvidas no circuito inferior da economia urbana ilustrado por Santos (2004). Atualmente, embora seja predominante a circulação do dinheiro, ainda é comum na venda das mercadorias o pagamento realizado em parcelas pagas semanalmente, sendo o crédito fixado ou anotado em cadernos. Para além de espaço comercial, as feiras conformam um “lugar do encontro, da troca, da vivência coletiva. Nestes lugares de realização da vida, os diferentes grupos sociais trabalham, consomem, realizam formas culturais e vivenciam os limites do exercício da escassa cidadania” (MASCARENHAS E DOLZANI, 2008, p. 73). Este ambiente é marcado pela mistura de signos e significados, da diversidade de ações e atividades, das mais diversas funções em um ambiente privado que se transforma a partir do momento em que as barracas começam a ser montadas e as pessoas passam a circular no ambiente. Nesse sentido, Pontes (2012, p. 37) considera:

A feira livre se apresenta como um lugar curioso para compreender como se dão as relações num espaço urbano específico, construído e vivido que carrega tradições e biografias de seus habitantes cujas narrativas expressam uma memória coletiva.

O ambiente analisado é o lugar onde as diversas relações se desenvolvem, o público e o privado tornam-se único no espaço. É dentro desse espaço que são descobertos diversos movimentos e ritmos. Vedana (2004) resalta que, ao fazermos o percurso neste espaço, desvendaremos no caminho os gracejos, as conversas dispersas, os sons, os cheiros, performances e jogos corporais para atrair os clientes. Os movimentos vivenciados no dia da feira também foram identificados por Mascarenhas e Dolzani (2008, p. 77) que evidenciam a “existência de uma agitação diferenciada e a presença de elementos populares embutidos no cotidiano nas pequenas e médias cidades, bem como nos bairros da capital, são constatados as díspares temporalidades e significados no espaço, atreladas a um conjunto de relações que ali se desenvolvem”.

A feira livre está permeada por um valor cultural para seus frequentadores, sejam eles comerciantes ou consumidores. Tal fato está relacionado ao lugar como ponto de encontro no qual se mantêm relações de sociabilidade e de proximidade entre esses grupos, relações essas que estão permeadas pela confiança, e, no ato de fazer a feira, vão se conformando relações de amizade. Nas pesquisas realizadas com feirantes e consumidores nas feiras de Santa Maria, RS, Froelich e Zanini (2015, p. 205), identificaram o “caráter festivo, de encontro e alegria. Em conversas informais, várias pessoas declararam a feira como uma espécie de terapia, lugar de lazer e sociabilidade”. Essas características são evidenciadas pelos atores que vivenciam as feiras nordestinas, quer seja trabalhando ou por meio das visitas como consumidores. E, de modo díspar, as evidências de Bromley (1980) afirmam que em muitos países em desenvolvimento existe um dualismo social e econômico, em que a população pobre consome os produtos comercializados na feira enquanto que a população de classe média consome produtos em grandes lojas. Sob a ótica desse autor, isso significa dizer que classes sociais diferentes utilizam-se de espaços de compra diferenciados. Na região nordeste as feiras atraem consumidores das diferentes classes sociais.

Após pesquisar as feiras livres da capital sergipana, evidenciamos entre os alimentos comercializados as frutas, verduras, cereais, carnes, mas também o expressivo número de barracas com alimentos tradicionais: queijos artesanais, biscoitos produzidos em padarias, bolos, comida e as iguarias derivadas da mandioca – denominadas localmente de beijus, em todas as feiras dos bairros.

Os sabores dessas iguarias tradicionais elaboradas por grupos familiares expressa uma relação cultural enraizada na identidade dos grupos familiares produtores e dos consumidores nos territórios rurais e urbanos. Na atualidade, os grupos envolvidos na produção e na comercialização desses alimentos buscam, a partir da constituição dessa atividade, continuar junto com os seus familiares no espaço rural, assim como no espaço urbano.

Nesse artigo, tomamos como recorte espacial a cidade de Aracaju, capital do Estado de Sergipe, a partir dos dados das pesquisas realizadas nas feiras livres existentes nos bairros, com o objetivo de compreender como os sabores das iguarias derivadas da mandioca são transformados em territorialidade que alicerça na contemporaneidade a reprodução social e eco-

nômica de grupos familiares. Diante da expansão da produção e do consumo dos sabores tradicionais, surgem algumas indagações. Em que medida o saber-fazer associado à elaboração e ao consumo desses sabores está relacionado à identidade cultural dos consumidores? Qual é a dimensão social, cultural e econômica da manutenção da produção e do consumo das iguarias derivadas da mandioca para os grupos familiares produtores dos sabores?

Com este artigo, pretendemos contribuir para a ampliação do conhecimento a respeito da produção, comercialização e consumo dos sabores tradicionais derivados da mandioca enraizados na capital sergipana. Portanto, analisamos a geograficidade dos alimentos tradicionais na contemporaneidade bem como procuramos entender os rebatimentos dessa atividade na vida dos grupos familiares envolvidos na produção e as razões expressas pelos consumidores na demanda desses alimentos. O texto se divide em dois segmentos. No primeiro, apresentamos a produção dos beijus tradicionais. Ela constitui uma nova versão das farinhadas? E, no segundo segmento expomos a tradição das iguarias derivadas de mandioca, como um sabor rural demandado nas feiras livres. Em seguida, apontamos as considerações finais a respeito da temática.

### **Produção cotidiana das iguarias tradicionais constitui uma nova versão das farinhadas?**

Decifrar as ações e as relações da produção dos sabores tradicionais possibilita compreender os aspectos culturais e, por extensão, econômicos que incutem marcas nos territórios a partir do saber-fazer transmitido por gerações. Flandrin & Montanari (1998) observaram que da nutrição ao sabor são desenvolvidas técnicas, receitas, histórias e tradições culinárias.

Abordar as iguarias tradicionais elaboradas com a mandioca, significa descortinar uma territorialidade artesanal alicerçada pelas dimensões cultural, social e que, na atualidade, apresenta relevante dimensão econômica.

Antes de versar sobre a produção atual dos beijus ou das iguarias derivadas da mandioca, faz-se necessário reportar à história da elaboração desses produtos. A produção das iguarias começou com as denominadas “farinhadas”. Essa atividade tinha como objetivo principal beneficiar a mandioca para a fabricação da farinha e se constituía em um evento repleto de significado, no qual os papéis eram devidamente identificados, as tarefas

minimamente separadas pelos atores de acordo com faixa etária, gênero, conhecimento e transcorriam permeadas pela alegria e descontração. O dia da farinhada revestia-se de trabalho alicerçado nas relações de proximidade e sociabilidade, no qual eram produzidos, para além da farinha, as iguarias derivadas da mandioca ou beijos tradicionais.

As iguarias apresentavam exclusivamente valor de uso, consideradas como um subproduto. Não eram elaboradas com vistas ao mercado, em decorrência da reduzida ou inexistente demanda do mercado consumidor, sobretudo até os idos dos anos 1980. A produção geralmente ocorria nos meses de outubro e novembro, período da colheita da mandioca no espaço rural sergipano.

A produção ficava sob responsabilidade das mulheres que, apropriadas do saber-fazer transmitido por gerações, elaboravam esses alimentos. Nas denominadas farinhadas, os homens eram responsáveis pela produção da farinha, produto com valor de uso, e as mulheres participavam raspando a mandioca e fazendo outras tarefas como coadjuvantes. Assim, aproveitavam a matéria-prima para elaborar os beijos tradicionais.

As farinhadas eram aguardadas, principalmente, no agreste e no sertão sergipano, consideradas como um tempo de encontro de famílias, dos amigos e compadrio regados pelo regozijo e pela partilha dos beijos após a produção, tendo em vista, que os grupos familiares se revezavam no trabalho e na ajuda no momento de elaboração. A reciprocidade constituía uma característica particular da elaboração desse produto. Nesse caso, recordamos as discussões realizadas por Sabourin (2006, p. 220) ao evidenciar que “o compartilhamento do trabalho [...] além da amizade e da aliança, essa estrutura produz também prestígio e a retribuição da comida”. A satisfação em compartilhar o trabalho e na divisão da produção consistia em uma prática comum respeitada nas comunidades rurais.

Essas iguarias também eram desejadas por aqueles familiares que estavam distantes ou que por alguns motivos não podiam participar da atividade. Logo, os beijos conformavam como presentes ou lembranças valiosas para aqueles que não participavam da farinhada.

Entretanto, as transformações que ocorreram no espaço agrário sergipano, vinculadas à modernização da agricultura a partir da inserção de máquinas, das alterações nos tipos de cultivos e nas relações de trabalho, provocaram o acentuado êxodo rural. Além desses fatores, nesse interim

ocorre o avanço do setor industrial no espaço urbano, provocando a intensa migração a partir da década de 1980, sobretudo com destino à capital do estado. Esses migrantes, afastados do espaço rural, passaram a demandar alimentos que os aproximassem do seu território de origem (MENEZES, 2015; MENEZES; ALMEIDA, 2013). Nesse período, grupos familiares que continuam no espaço rural e plantam a mandioca no agreste sergipano descobrem essa demanda do mercado consumidor e passam a elaborar essas iguarias, com o objetivo de gerar renda.

Além dos grupos familiares migrantes, outros moradores da capital com a difícil inserção no mercado formal procuraram criar estratégias de reprodução social para continuar no espaço urbano. Para tanto, elaboraram os tradicionais derivados da mandioca conhecidos localmente como beijus. Essa é uma característica do circuito inferior da economia abordado por Santos (2004), em que é verificado que a desqualificação profissional, atrelada à crise do desemprego, proporciona aos indivíduos a alterarem o tipo de ocupação. Essa mobilidade no trabalho e a difícil inserção no mercado formal impulsionam a criação de alternativas de trabalho para adaptar-se às oscilações da conjuntura. Para tanto, eles e elas resgatam o saber-fazer transmitido por gerações. Elaboram as iguarias, comercializando-as em feiras livres ou em logradouros públicos na grande Aracaju. Zanini e Santos (2015, p. 130) analisam a agricultura familiar, os colonos de origem italiana e a importância dos ensinamentos das receitas transmitidas pelas genitoras por diferentes gerações. Nesse contexto, ressaltam a importância de “salientar o quanto as mulheres foram protagonistas e também elementos extremamente importantes de manutenção de gostos, paladares e costumes culinários”. Essa realidade foi também identificada no meio rural sergipano nas pesquisas relacionadas à produção de queijo de coalho por Menezes e Almeida (2013), assim como na produção de derivados da mandioca (LEITE; MENEZES, 2013).

Para elaborar essas iguarias, faz-se necessária a matéria-prima – mandioca. Esse produto agrícola apresenta-se reduzido no espaço agrário local. Além disso, os migrantes oriundos do espaço rural não possuem terra para que seja efetivado o cultivo. Logo, nos municípios que conformam a Grande Aracaju, o cultivo de mandioca praticamente foi erradicado, reflexo da expressiva urbanização e da especulação imobiliária que impulsiona a transformação na ocupação do solo. O cultivo extirpado implicaria o fim da

produção dos derivados da mandioca, porém, de forma antagônica, a elaboração das iguarias se expande nessa região. Para tanto, os grupos familiares adquirem a matéria-prima (tapioca ou goma e a massa puba), cerca de 100 kg/semana, dos agricultores familiares residentes nos municípios de Salgado, Lagarto, Boquim, Itabaiana e São Domingos, localizados no agreste sergipano.

No processo de elaboração da massa puba, os agricultores agrestinos iniciam com a colheita da mandioca e, em seguida, realizam o pubamento: deixam a mandioca fermentar em um recipiente, antes nas gamelas feitas de madeira e, atualmente, nas bombonas plásticas adquiridas no mercado. Esse processo faz-se necessário para facilitar o descascamento e a retirada da manipueira (líquido tóxico). Após esse processo artesanal, ela se torna uma das bases da alimentação humana. Como afirma Claval (2001, p. 255):

[...] A fécula daí retirada é tóxica por causa do ácido cianídrico que contém. Este é eliminado por diversas manipulações: maceração ou longo cozimento na África, compressão da massa para expulsar o líquido na América. A distância entre o produto bruto, perigoso, e o recurso alimentar essencial que se tornou, é tão surpreendente que os mitos indianos ampliam-se longamente sobre a maneira como os deuses ensinaram aos homens o segredo do tratamento.

A partir do beneficiamento da mandioca, após a retirada da manipueira, obtêm-se a tapioca e a massa puba, e, com essas matérias-primas, múltiplas iguarias derivadas da mandioca são produzidas, tais como: beijus (de coco, molhado, de massa), sario, malcasados, pé-de-moleque, tapioca, bolachas de goma, bolos de tapioca, puba, macaxeira, mingau de puba e de tapioca, alimentos enraizados na cultura sergipana.

No preparo das iguarias derivadas da mandioca, observamos as contribuições dos grupos formadores do povo brasileiro: a influência dos indígenas que historicamente beneficiavam a mandioca e produziam os beijus, a portuguesa, com a utilização das especiarias como o cravo e canela, e a africana, no emprego do coco seco. Para envolver alguns desses produtos, como o pé-de-moleque e o beiju molhado, utiliza-se como no passado a palha da bananeira, e na produção do sario constroem-se argolas com a palha do coqueiro que são consideradas as fôrmas, usadas para assar a iguaria (Figura 01, 02 e 03).



Figura 01: Pé-de-moleque.



Figura 02: Beiju molhado



Figura 03: Saroio doce e salgado e as fôrmas elaboradas com a palha do coqueiro usadas para assar a iguaria.

De forma distinta, essas iguarias da mandioca passam a constituir uma alternativa de trabalho e renda para grupos familiares que residem nos espaços rural e urbano. A produção, antes sazonal, transcorre de forma continuada a partir da década de 1990, passa a ter um caráter regular, sendo ofertada diariamente em cada feira livre que acontece nos bairros de Aracaju.

A produção das iguarias elaboradas anteriormente pelas mulheres nas farinhadas quando portavam exclusivamente valor de uso, na atualidade, com valor de troca, passam a ser comandadas pelos homens, em vários estabelecimentos do agreste e em múltiplas residências localizadas nos bairros América, Novo Paraíso, Santos Dumont e 18 do Forte na cidade de Aracaju. Eles elaboram, com o apoio das mulheres, os derivados de forma

artesanal com poucas alterações no modo de fazer, nos utensílios e condimentos utilizados.

Com a aquisição da matéria-prima que é entregue nas residências por intermediários e/ou agricultores familiares, eles iniciam a produção dos derivados de mandioca à noite. Durante o dia preparam a massa da tapioca, descascam e ralam o coco. Elaboram as iguarias no período noturno, pois comercializam nas primeiras horas da manhã nas feiras livres. Algumas famílias constroem no quintal pequenos fornos alimentados com a lenha para assar os derivados, outros fazem as adaptações nas chapas de aço movidas a gás de cozinha ou GLP (Gás Liquefeito de Petróleo), criadas para a elaboração de sanduíches, e as utilizam para assar os sabores da mandioca (Figuras 04 e 05).



Figura 04: Forno a lenha.



Figura 05: Adaptação das chapas de sanduíches.

Diferentemente do passado, quando as iguarias eram elaboradas como um subproduto da farinha, na atualidade as iguarias, embora portem as mesmas características, são consideradas como um produto. Esses derivados da mandioca ganham o *status* de produto comercial com uma demanda acentuada durante todo o ano em todas as feiras livres da capital.

### **Tradição das iguarias derivadas de mandioca: sabor rural demandado nas feiras livres**

Os feirantes (homens e mulheres) promovem a comercialização de produtos tradicionais e reforçam ou reavivam a identidade territorial dos consumidores ao saborearem tais produtos. Recordamos as discussões de

Tedesco (2015, p. 68), embora o autor não retrate os produtores de beijos. Evidenciamos que esses “sujeitos territoriais (no caso, agricultores familiares e consumidores) promovem relações econômicas que se embasam em tradições locais”. E as feiras inseridas nos denominados circuitos curtos constituem o principal espaço utilizado para a venda desses produtos. Como afirma Sabourin (2006, p. 222), “as feiras locais e os mercados de proximidade oferecem exemplos de produção e de mobilização do laço social, de sociabilidade, pelas relações diretas entre produtor-consumidor”. Embora não apresentem rótulos, selos ou certificação que indique o seu valor, os alimentos típicos ou tradicionais são demandados pelos consumidores. E, nas barracas ou bancas onde são comercializados esses sabores originados no espaço rural, o número de consumidores atesta a força da tradição e a relação identitária com esses alimentos.

Essa demanda de alimentos tradicionais enraizados na memória consiste em uma evocação do passado que tem a capacidade de reter e guardar o que passou, salvando-o do esquecimento. Woortmann (2000, p. 213) ressalta que “a memória é sempre seletiva; ela não dá presença a um passado genérico, mas a determinados eventos, localizados em determinados lugares no espaço e no tempo”. A lembrança dos momentos vivenciados no território de origem, das festividades, dos encontros familiares, das festas, impulsiona esses migrantes a buscar no consumo desses alimentos uma aproximação com o seu lugar. Eles são demandados, porque “portam histórias de vidas individuais e coletivas e estão interligados à forma como o indivíduo se identifica, ou seja, à sua identidade” (MENEZES, 2013b, p. 129). Constatamos a força dessas relações, sobretudo no consumo dos alimentos tradicionais.

Entretanto, cabe salientar que esses alimentos tradicionais na contemporaneidade conformam territorialidades geradoras de renda para grupos familiares nos diferentes espaços, sendo demandados pelos consumidores que os vinculam às recordações enraizadas na memória. Essas lembranças e o valor desses alimentos são transmitidos às novas gerações, proporcionando a formação de consumidores nas faixas etárias crianças e jovens.

A demanda desses sabores transmitidos atesta que os homens se alimentam de acordo com a sociedade a que pertencem, uma evidência de que as escolhas alimentares são influenciadas pela cultura. A cultura alimentar é aqui compreendida como o conjunto integrado de elementos ob-

jetivos e subjetivos que, de modos diversos, estão presentes na relação que se estabelece entre os homens, o meio e o alimento.

As iguarias derivadas da mandioca transformadas em territorialidade alicerçam a reprodução social dos grupos familiares na região metropolitana. Para concretizar essa estratégia, homens e mulheres comercializam os produtos nas feiras livres que acontecem diariamente nos bairros da capital. Esses grupos frequentam várias feiras, uma vez que elas ocorrem em dias alternadas nos bairros, a partir da terça-feira até o domingo.

Nas primeiras horas da manhã, eles organizam as barracas, e alguns produtos ainda apresentam temperaturas elevadas. É o caso do mingau de puba e de alguns beijos, uma vez que são elaborados durante a madrugada. Outros são preparados no dia anterior, como o pé-de-moleque, as bolachas de goma, os bolos de macaxeira e da massa puba, esses derivados juntamente com o saroio, o beiju molhado e o malcasado são adquiridos pelos consumidores no início das feiras, uma vez que são utilizados para o consumo no café da manhã.

As feiras geralmente são iniciadas às 5 ou 6 horas da manhã, a depender do período. No inverno geralmente têm seu início mais tarde, uma vez que a noite é mais longa. Enquanto isso, no verão, a movimentação é intensa a partir das cinco horas da manhã, e as barracas mais movimentadas são aquelas que comercializam os derivados da mandioca (Figuras 06 e 07).



Figura 06: Feira do Santo Antônio, 2015.



Figura 07: Feira do Conj. Bugiu, 2016.

Estes sabores estão enraizados na identidade cultural da população do município de Aracaju. Os consumidores adquirem esses produtos e legitimam com sua fala as razões para a sua escolha, como expressou uma

consumidora dos beijus: “Café da manhã na sexta-feira com os beijus tradicionais no meu ambiente de trabalho é sagrado. Lembramos das farinhas no passado e os jovens aprenderam com nossas histórias sobre alimento puro, sem condimentos ou produtos químicos” (P. A. S, 05/2015).

Ao evidenciar esse depoimento da consumidora, recordamos as discussões elaboradas por Contreras (1995) que, embora não tenha retratado as iguarias derivadas da mandioca, discute a artificialidade na elaboração de alimentos no setor secundário. O autor assevera que muitos consumidores buscam “um produto conhecido e com identidade”, uma vez que conhecem os processos em que foram elaborados e as matérias-primas utilizadas, fatores que contribuem para a continuidade da demanda dos alimentos tradicionais. A respeito das preferências alimentares, Menasche (2003), identificou em suas pesquisas em Porto Alegre que os produtos naturais e aqueles oriundos do espaço rural são demandados pelos consumidores, que alegam a autenticidade desses alimentos como fator impulsionador da sua demanda.

Ainda sobre as razões para a escolha desses alimentos tradicionais, reportamos às discussões realizadas por Canesqui (2005, p. 169-70) ao salientar:

A análise da prática alimentar cotidiana não se restringe aos alimentos apropriados em si mesmos, mas aos seus usos e modos de consumo, que envolvem seleção e escolhas, quem consome, como são adquiridos e preparados, quando e por quem são consumidos, ocasiões e adequações de consumo, juntamente com regras valores normas crenças e significados que acompanham o consumo alimentar e a própria alimentação, sempre carregados culturalmente.

Ao discutir a permanência da produção e do consumo de alimentos tradicionais, Montanari (2008, p. 149) ressalta que “uma complexa geografia de hábitos alimentares persiste no interior da Europa, no uso da cerveja e do vinho, continuam a ter uma forte identidade para as pessoas do Centro-norte”. De igual modo aos Países Centrais, no Brasil, embora seja constatado o avanço do setor industrial, persiste o consumo dos produtos artesanais tradicionais que estão enraizados na identidade, denotando que as especificidades locais permanecem arraigadas nos hábitos de grupos sociais. Muchnick (2004) considera que o valor simbólico dos alimentos está relacionado à construção de identidades coletivas e individuais que representam o pertencimento a uma família, uma comunidade ou um país.

Além disso, o consumo desses produtos vem sendo repassado às novas gerações que, igualmente aos seus pais, avós e demais parentes, consomem os derivados. Esse fato prenuncia a consolidação do mercado desses produtos artesanais. Barbosa (2016), assevera que a produção de alimentos tradicionais e artesanais quando lançada em mercados amplos sofria interferências, alterações. Na atualidade, há um movimento que tem por objetivo “a intencionalidade de se manterem vivas essas comunidades e tradições sem que se perca ‘o sabor local e tradicional’, ao mesmo tempo em que se oferecem novos produtos e serviços a mercados já constituídos” (BARBOSA, 2016, p. 116).

No momento da aquisição das iguarias, mesclam-se as lembranças do modo de fazer, do cheiro das casas de farinha com esses derivados. Por vezes nas conversas é feita a reconstrução da forma de processamento, o modo de fazer artesanal repassado por gerações. As consumidoras discutem a questão do sabor, as qualidades do produto, as diferenças atuais, discutem a qualidade das iguarias. Requiere Desjardins et al. (2003) em suas pesquisas sobre alimentos artesanais ressaltam que os consumidores reconhecem a qualidade desses produtos relacionando-os ao manejo dos recursos, ao modo de elaboração vinculado a um saber-fazer específico.

Esses frequentadores das feiras de Aracaju expressaram uma multiplicidade de lembranças nas quais destacaram diversos sentimentos relacionados ao produto e ao meio em que viviam ou conviviam e buscavam na aquisição do derivado a volta de um tempo que está vivo em sua memória. Polack (1992) menciona que a memória alimenta a identidade e influencia condutas de determinados grupos sociais. De acordo com o autor:

[...] a memória é um elemento constituinte do sentimento de identidade, tanto individual como coletiva, na medida em que ela é também um fator extremamente importante do sentimento de continuidade e de coerência de uma pessoa ou de um grupo em sua reconstrução de si (POLACK, 1992, p. 05).

Essas pessoas retêm fortes vínculos com seus lugares de origem e suas tradições. Todavia, elas carregam os traços das culturas, das tradições, das linguagens e das histórias particulares pelas quais foram marcadas, mas sem a ilusão de um retorno ao passado. A referida lembrança e o modo comparativo impulsionam a reportar às discussões que Raffestin (2003) faz sobre o território e o nomeará de “território de referência”, aquela área em que o indivíduo viveu e que está atualmente distante. Ao adquirir produtos deste território, a sua identidade estará nutrida, fortalecida.

Nas narrativas das mulheres nas feiras livres, no momento da aquisição, há uma valorização dos derivados e de sua origem rural, ou os momentos vivenciados são revitalizados:

Adquirir os beijos tradicionais é essencial para mim, pois ao consumir lembro das farinhadas de que participei e que não voltam mais. Era um tempo bom, quando reunia toda a família para fazer os beijos. Quando chego nessas bancas lembro o cheiro das farinhadas (M. J. S., Feira do Grageru, Aracaju, 03/2016).

É importante ressaltar também a relação desses derivados com a festa junina, uma vez que nesse período a quantidade de matéria-prima utilizada é expressiva, assim como o trabalho que envolverá toda a família. Nesse período, os produtores recebem diversas encomendas, uma vez que os alimentos tradicionais (beijos, pé-de-moleque, sarioio, malcasado), considerados como comidas típicas, não podem faltar durante os festejos juninos. Como destacou uma consumidora:

Nas festas juninas não podem faltar o pé-de-moleque, os beijos e os bolos de macaxeira, puba e milho, por isso, temos que encomendar quando não temos tempo de fazer, pois essas comidas estão na essência da festa e toda a família consome, das crianças aos idosos (M. C. M., Feira do Castelo Branco, 06/2015)

Compreender a demanda desses alimentos está relacionado à identidade dos consumidores jovens, adultos e idosos. Eles buscam adquirir nas feiras esses alimentos que estão enraizados. O consumo das iguarias se amplia na ocasião das festas juninas ou natalinas em decorrência também da demanda dos migrantes (MENEZES, 2013a).

Essas reflexões anulam o pensamento por vezes difundido de que o movimento globalizador torna a sociedade como uma aldeia global, com uma cultura comum, pobre de significados e simbologias. Desse modo, é perceptível a relevância dos atores sociais que buscam a manutenção da sua identidade sociocultural, fato esse pertinente aos territórios das feiras que acontecem na cidade de Aracaju, onde é possível observar a resistência dos sabores tradicionais.

Cultivada por pequenos produtores rurais, a mandioca serve não só de alimento, mas também como fonte de renda para boa parte da comunidade agricultora do Estado de Sergipe; comumente transformada em farinha, a mandioca também tem uma gama de iguarias elaboradas a partir de sua fécula, produtos esses que têm suas receitas transmitidas pelas famílias

por diversas gerações. “De uma certa forma, os agricultores familiares modernos enfrentam os novos desafios com as armas que possuem e que aprenderam a usar a partir de sua experiência” (WANDERLEY, 2001, p. 35). O beneficiamento desse tubérculo transformando-o em iguaria constitui uma estratégia de reprodução econômica e social geradora de renda para grupos familiares nas zonas rural e urbana.

Essa cultura local enraizada no meio rural e urbano é considerada para alguns como um patrimônio. Nessa direção, a Constituição (1988) aborda a noção de Patrimônio Imaterial. O IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) define Patrimônio Imaterial tomando como referência um conceito estabelecido pela UNESCO, que afirma que: o Patrimônio Cultural Imaterial diz respeito a “práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados – que as comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural”. A importância do reconhecimento de alimentos como patrimônio cultural foi abordada por Santilli (2009, p. 383), ao afirmar que “os bens imateriais abrangem as mais diferentes formas de saber, fazer e criar, como música, contos, lendas, danças, receitas culinárias, etc.”.

A Constriart – Confederação Nacional dos Artesãos, fundada em 23 de maio de 2003, com o objetivo de preservar a sergipanidade em todos os seus aspectos e valores, mas também incentivar a produção do artesanato sergipano e brasileiro em todos os segmentos, incluindo a culinária, promove o resgate das tradições ancestrais. Solicitou a patrimonialização de alguns alimentos dentre os quais os derivados da mandioca denominados: pé-de-moleque, saroió, beiju molhado, o malcasado e a bolacha de goma. Tal solicitação foi reconhecida com o objetivo de preservar esses saberes e fazeres existentes em diversas comunidades do agreste e zona da mata sergipana.

A solicitação foi distinguida e regulamentada por meio do decreto oficial n. 27.720 de 24 de março de 2011, pelo Governo do Estado que reconheceu como Patrimônio Imaterial do Estado de Sergipe e como manifestações do Patrimônio Imaterial do Estado de Sergipe.

Entretanto, os produtores dos derivados de mandioca não têm ideia da importância que a produção dessas iguarias tem para a história cultural do Estado de Sergipe. Muitos deles afirmam ser um trabalho comum, que

serve apenas para lhes garantir o sustento de suas famílias. E não conhecem a lei que poderia proporcionar a valorização econômica e a abertura de novos mercados. Eles argumentam que são reconhecidos pelos consumidores que buscam os seus produtos e legitimam a produção.

A cultura encontra-se enraizada e presente por meio das práticas rotineiras desses grupos familiares, que desenvolvem funções não esquecidas ao longo do tempo e no espaço. Sobre a relevância das pesquisas nas feiras, Pontes (2012, p. 37-38) assevera:

Este tipo de pesquisa se mostra importante para enfrentar a problemática da individualização na sociedade urbana e do processo de fragmentação/homogeneização de realidades diversas entre grupos sociais. O estudo a partir da experiência e de memórias individual e coletiva como a chave para se elucidar sobre as complexidades dos processos de trocas e interações sociais neste território urbano que é a feira livre.

Portanto, o território da feira livre está repleto de ações e relações, que portam diversas histórias de uma cultura que se mantém viva em meio aos avanços da mídia e da tecnologia, que aponta para novos hábitos alimentícios. Porém, as relações de proximidade (com as histórias, pessoas e alimentos) existentes no ambiente da feira permitem a manutenção e a reprodução desse território, dos produtos que lá são comercializados e dos feirantes. Como ressaltam Mascarenhas e Dolzani (2008, p. 83), “as feiras resistem na paisagem urbana contemporânea: a grosso modo, pode-se dizer que por um lado há os que precisam sobreviver materialmente, por outro aqueles que, resolvida a questão material, zelam pela sobrevivência sociocultural”. Tal fato, foi comprovado nas feiras de Aracaju.

Embora tenhamos evidenciado o avanço do consumo e a diversidade de produtos elaborados pelo setor industrial na contemporaneidade em decorrência da expansão da oferta e alicerçadas pela publicidade, paradoxalmente verificamos a demanda expressiva dos alimentos tradicionais pelos consumidores, que buscam a continuidade da ingestão desses produtos arraigados na identidade territorial. Esses distintos sabores estão enraizados na vida dos sergipanos e conquistam novos consumidores como os turistas que visitam o Estado de Sergipe.

## Considerações finais

Com o avanço da indústria e das modificações realizadas nos produtos e modos de alimentação da sociedade, observamos a expansão da oferta dos produtos e as alterações na produção dos alimentos. Entretanto, verificamos *in loco* a demanda ascendente dos alimentos tradicionais comercializados em todas as feiras dos bairros da cidade de Aracaju. É possível constatar que os hábitos alimentares constituem manifestações culturais, uma tradição arraigada na vida de consumidores que habitam o espaço urbano de bairros da capital sergipana. Por meio do estudo realizado nas feiras livres, verificamos que o consumo de alimentos tradicionais representa uma forma de lembrar algo ou alguém que fez parte da história dos consumidores e dos comerciantes. Em meio às transformações na alimentação cotidiana, é importante salientar que os alimentos tradicionais como os derivados de mandioca continuam enraizados na vida dos idosos e adultos, e a tradição está sendo transmitida, visto que os jovens e as crianças também buscam esses alimentos. E, a partir da comercialização desses produtos tradicionais, os saberes e fazeres estão sendo consolidados como uma territorialidade que contribui na sobrevivência dos grupos familiares.

Descortinar os sabores das iguarias derivadas da mandioca comercializadas nas feiras livres de Aracaju significa evidenciar na contemporaneidade produtores e produtoras protagonistas de uma alternativa de trabalho e renda obtida com a comercialização dos alimentos artesanais. Diante das dificuldades enfrentadas para a sobrevivência, eles e elas elaboram essas territorialidades alicerçadas na história de vida das famílias e embaçadas pelo mercado consumidor que demanda, consome e legitima sabores tradicionais da cultura sergipana. Faz-se necessário que as políticas como o reconhecimento da patrimonialização desses alimentos sejam também conhecidas por aqueles que seriam os reais beneficiários com a lei.

## Referências

BARBOSA, Livia. A ética e a estética na alimentação contemporânea. In: CRUZ, Fabiana R.; MATTE, Alessandra; SCHNEIDER, Sérgio. *Produção, consumo e abastecimento de alimentos: desafios e novas estratégias*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2016, p. 95-124.

BROMLEY, R. J. Os mercados periódicos dos países em desenvolvimento; uma revisão crítica. *Revista Brasileira de Geografia*. Rio de Janeiro, IBGE, 42(3), p. 646-657, jul./set. 1980.

CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa Manda Diez. Uma introdução à reflexão sobre a abordagem sociocultural da alimentação. In: CANESQUI, Ana Maria; GARCIA, Rosa M. D. *Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2005, p. 09-20.

CLAVAL, Paul. *A Geografia Cultural*. Florianópolis: EDUFSC, 2001.

CONTRERAS, J. (Org.). *Alimentação e Cultura: necessidades, gostos e costumes*. Barcelona: Universidade de Barcelona, 1995.

FLANDRIN, J-L.; MONTANARI, M. *História da Alimentação*. 3. ed. São Paulo: Liberdade, 1998.

FROELICH, Patrícia Rejane; ZANINI, Maria Catarina C. Fazendo etnografia na feira: uma etnografia entre mulheres camponesas em Santa Maria, no Rio Grande do Sul. In: ZANINI, Maria Catarina C. (Org.). *Mercados, campesinato e cidades: abordagens possíveis*. São Leopoldo: Oikos, 2015, p. 185-219.

LEITE, Alana F.; MENEZES, Sônia de S. M. A resistência e permanência de agricultores familiares no meio rural alicerçada pela produção de iguarias derivadas da mandioca. *Revista de Geografia (UFPE)*, v. 30, n. 2, p. 208-226, 2013.

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

MENASCHE, Renata. *Os grãos da discórdia e o risco à mesa: um estudo antropológico das representações sociais sobre cultivos e alimentos transgênicos no Rio Grande do Sul*. Tese (Doutorado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2003.

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

MENEZES, Sônia de S. M. “Queijo de Coalho-Rei do Balcão”: expansão da produção alicerçada pela demanda dos migrantes sertanejos. *Revista Habitus*. V. 11, n. 2, 2013a, p. 143-158.

MENEZES, Sônia de S. M. Alimentos Identitários: uma reflexão para além da cultura. *Revista GEONORDESTE*, Ano XXIV, n. 2, 2013b, p. 120-136.

MENEZES, Sônia de S. M.; ALMEIDA, Maria Geralda de. Reorientações produtivas na divisão familiar do trabalho: papel das mulheres do sertão de São Francis-

co (Sergipe) na produção do queijo de coalho. In: NEVEZ, Delma P.; MEDEIROS, Leonilde S. (Orgs.). *Mulheres camponesas: trabalho produtivo e engajamentos políticos*. Niterói: Alternativa, 2013, p. 129-146.

MENEZES, Sônia de S. M. *Queijo artesanal Configurações territoriais – Experiências Escalares do Global ao Local (O caso de Sergipe)*. São Cristóvão: Editora da UFS, 2015. v. 01.

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

MUCHNIK, J. Identidade territorial dos alimentos: alimentar o corpo humano e o corpo social. Congresso Internacional Agroindústria Rural e Território, *Anais...* México, 2004.

POLACK, Michel. Memória e Identidade Social. *Revista dos Estudos Históricos*. Rio de Janeiro: FGV/CPDOC, v. 5, n. 10, p. 1-15, 1992.

PONTES, Andressa Almada Marinho. *Em meio a conversas: experiência nas relações cotidianas numa feira livre de Aracaju*. Dissertação (Mestrado em Psicologia), Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2012.

RAFFESTIN, C. Immagini e identità territoriali. In: DEMATTEIS, G.; FERLAINO, F. *Il mondo e i luoghi: geografie delle identità e del cambiamento*. Torino: IRES, 2003, p. 3-11.

REQUIER-DESJARDINS. El concepto económico de proximidad: impacto para el desarrollo sustentable. *Web DEA DESTIN-C3ED/Université de Versailles-SQ*. France, 1998.

SABOURIN, Eric. Práticas sociais, políticas públicas e valores humanos. In: SCHNEIDER, S. (Org.). *A diversidade da agricultura familiar*. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2006, p. 215-239.

SANTILLI, Juliana. *Agrobiodiversidade e direitos dos agricultores*. São Paulo: Peirópolis, 2009.

SANTOS, Milton. *O espaço dividido: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos*. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2004.

TEDESCO, João Carlos. O futuro do passado: comércio em feiras, vida rural e tradições culturais. Alguns apontamentos. In: ZANINI, Maria Catarina C. (Org.). *Mercados, campesinato e cidades: abordagens possíveis*. São Leopoldo: Oikos, 2015, p. 67-91.

VEDANA, Viviane. *Fazer a Feira: estudo etnográfico sobre as artes de fazer de feirantes e fregueses da feira livre da Epatur no contexto urbano de Porto Alegre, RS*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social), Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/3731/000403659.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 21 maio 2016.

WANDERLEY, M. de N. B. A ruralidade no Brasil moderno: por um pacto social pelo desenvolvimento rural. In: GIARRACCA, Norma (Copem.). *Una nueva ruralidad en América Latina?* Buenos Aires, CLACSO, 2001, p. 31-44 (Colección grupos de Trabajo de CLACSO).

WOORTMANN, Ellen. Identidades e memória entre teuto-brasileiros: os dois lados do atlântico. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, ano 6, n. 14, nov. 2000, p. 205-238.

ZANINI, Maria Catarina C.; SANTOS, Miriam de Oliveira. Políticas públicas e trabalho familiar na agricultura do Sul do Brasil. In: ZANINI, Maria Catarina C. (Org.). *Mercados, campesinato e cidades: abordagens possíveis*. São Leopoldo: Oikos, 2015, p. 123-139.

# **Los mercados campesinos: una estrategia para la incidencia en las políticas públicas sobre alimentación en la ciudad de Bogotá**

*Ismael Díaz*

Mercados Campesinos – MC – comenzaron en 2004 como un proceso social, económico y político que busca el reconocimiento a las contribuciones de los pequeños y medianos productores campesinos a la seguridad alimentaria de la Región Central de Colombia<sup>1</sup>, de ciudades importantes en población como Bogotá (con cerca de 8 millones de habitantes), Villavicencio (con 600 mil), y Tunja e Ibagué (con 1,5 millones de habitantes cada una).

Los MC son una respuesta a los efectos de la liberalización de la economía colombiana desde la década de los años noventa del siglo anterior, que hizo que el país dejara de ser auto-suficiente en materia de producción de alimentos, y pasara a importar alrededor de 10 millones de toneladas de alimentos<sup>2</sup>. Las importaciones de alimentos a menores precios que los de producción nacional, arruinaron a la economía campesina, y no obstante, en la actualidad los campesinos/as siguen aportando el 65% de los productos que se consumen en Bogotá<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Conformada por los departamentos de Cundinamarca, Boyacá, Tolima y Meta.

<sup>2</sup> De acuerdo con un estudio de 2004: a lo largo de la década de los noventa, desaparecieron 700 mil hectáreas de cultivos temporales y, con ellas, más de 300 mil empleos en el campo. Se afianzaron cultivos permanentes como la palma africana en regiones de producción campesina, y se aceleró la praderización del campo con más de 35 millones de hectáreas con un hato cercano a los 24 millones de cabezas de ganado, siendo tres veces más las tierras dedicadas a la ganadería extensiva que a la agricultura de alimentos. Estudio disponible en: <http://www.eumed.net/eve/resum/o6-03/wdm.htm>.

<sup>3</sup> Mercados Campesinos. Experiencia socioeconómica, política y cultural en la ciudad y región. Esta publicación es producto del convenio N. 386 de 2011, suscrito entre la Secretaría Distrital de Desarrollo Económico (SDDE), The Oxford Committee for Famine Relief (Oxfam) y el Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativos (ILSA). 2012.

Los MC nacen específicamente como respuesta social a la Política Pública de Abastecimiento de Alimentos para Bogotá, y que en el año 2004 postuló que la sostenibilidad alimentaria de la ciudad sólo se lograría con la importación masiva de alimentos, pues los campesinos no producían las cantidades necesarias de alimentos.

Ante esta afirmación excluyente, algunas organizaciones campesinas<sup>4</sup> con el apoyo de la ONG, Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativo – ILSA-, y más adelante OXFAM decidieron impulsar la iniciativa de los Mercados Campesinos para hacer incidencia política directa del campesinado en el diseño y ejecución de las políticas públicas de abastecimiento y como una forma de participación económica más justa de los productores en el mercado de alimentos<sup>5</sup>.

En noviembre de 2004 se realizó el primer Mercado Campesino en la Plaza de Bolívar de Bogotá, lugar histórico de la ciudad donde hacía décadas no ocurría algo similar. El Mercado Campesino fue un hecho simbólico y político de gran importancia para hacer visible al campesinado y valorar sus aportes a la alimentación de la ciudad.

Aquí quisiera describir de manera muy imaginable como fue (a nivel práctico) el proceso de organizar los primeros mercados:

– Con que frecuencia se hicieron los primeros mercados? Fue difícil encontrar lugares donde hacer los MC? Cuantos mercados se hicieron al principio?

Apesar de las exigencias por parte de las autoridades distritales, los mercados se fueron realizando cada 15 días los sábados, pero el proceso fue progresivo, primero fue el de la plaza de Bolivar y posteriormente se amplió a cuatro parques en diferentes localidades<sup>6</sup> de la ciudad (Rafael Uibe, Ciudad Bolivar, Usaquen y Alamos) para finales de 2007, cuando la administración de Bogotá decide apoyar, ya se contaban con 10 parques en igual numero de localidades y en 2015 se logro llegar a 20 parques en 14 localidades de las 20 con que cuenta la ciudad.

---

<sup>4</sup> Mercados Campesinos: modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la Región Central de Colombia. ILSA, Oxfam y Otros 2014.

<sup>5</sup> Cuadernos N. 1, Mercados Campesinos; caracterización de los hogares de Mercados Campesinos. Universidad Nacional de Colombia. 2013.

<sup>6</sup> Localidad es una división político-administrativa de la ciudad.

Pese a este avance significativo que es resultado de la aceptación de los campesinos y de los mercados por los habitantes de Bogotá y de la relevancia y beneficio que ha sido el proceso para los campesinos, las autoridades distritales encargadas del manejo de los parques colocan muchas trabas para realizar los mercados, argumentando que estos espacios eran comunales, otros zonales y otros metropolitanos por lo que se requería una labor titánica para identificar la entidad encargada de su administración,

– Qué hizo falta para lograr los primeros mercados? Quien participó, quien tuvo cual papel? Que tienen que hacer los campesinos para que los mercados funcionen? Cómo funciona el transporte, el montaje, la logística (que actividades están detrás de cada uno de estos aspectos tan importantes?)

El proceso de los mercados campesinos es el resultado de un proceso de análisis de una política pública que los ignoraba al campesinado y buscaba desconocerlos argumentando que en el país no habían campesinos. Ante esta afirmación tan excluyente, los campesinos con el apoyo del Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un derecho Alternativo – ILSA, quien tuvo conocimiento en el 2003 de dicho estudio, se dieron a la tarea de convocar los días 7 y 8 de abril de 2003 el Congreso Nacional Agrario, al cual asisten 150 organizaciones de campesinos y académicos de todo el país con el ánimo de discutir y generar estrategias frente a la política pública de Abastecimiento de Alimentos de Bogotá.

Como resultado de este Congreso Nacional Agrario se resaltan dos hechos de suma relevancia para el movimiento campesino el primero haber logrado construir un mandato político (Mandato Agrario)<sup>7</sup> que les sirviera como derrotero en su lucha por el reconocimiento como sujeto de derechos y como actor en la vida política, mandato que fue refrendado por una gran

---

<sup>7</sup> <http://ilsa.org.co:81/biblioteca>; el mandato agrario es un documento que recoge 14 líneas de acción para el movimiento campesino entre las que se enuncian: 1) derecho a la vida, plenas libertades democráticas y respeto a los derechos humanos, 2) soberanía y seguridad alimentaria, 3) alternativas al Alca y a los acuerdos de libre comercio, 4) derecho a la tierra, 5) reconstrucción de la economía agropecuaria y agroalimentaria, 6) protección del medio ambiente, 7) política concertada con los cultivadores de coca, amapola y marihuana, 8) derechos económicos, sociales y culturales del campesinado, indígenas y afro-descendientes, 9) reconocimiento político del campesinado, 10) reconocimiento de las mujeres campesinas, indígenas y afro-descendientes y sus derechos, 11) derecho a la territorialidad, 12) fin al desplazamiento forzado, 13) solución política del conflicto social y armado, 14) unidad del movimiento campesinos. 2003.

movilización de más de 5.000 personas quienes marcharon por las principales calles de Bogotá hasta llegar al Parque del Renacimiento, exigiendo su participación en la política de abastecimiento de alimentos de la ciudad.

De igual forma en este congreso para la tramitación del Mandato Agrario se delega esta responsabilidad en (8) ocho organizaciones campesinas de carácter nacional y regional, al que denominaron Comité de Interlocución Campesino y Comunal – CICC<sup>8</sup> para que efectivizaran las propuestas políticas que se habían refrendado. Los y las campesinas se dan a la tarea de organizarse en sus respectivos municipios vajo una figura de Comités Campesinos Municipales, CCM mediante los cuales sirvieron de espacio de encuentro y de coordinación para la capacitación en temas organizativos, de liderazgo, de acopio de los productos, y de organización logística para participar en los mercados. Por su parte las organizaciones campesinas que conforman el Comité de Interlocución Campesina y Comunal CICC, preparaban la logística de recibimiento de los campesinos, consistente en entregar a cada campesino una carpa, una silla y una mesa donde se pudieran exhibir los diversos productos. Sin descuidar sistemas populares de información a las comunidades vecinas al mercado mediante perifoneo, distribución de volantes y solicitud de los permisos que exigen las autoridades, tales como una equipo de salud, Cruz Roja, bomberos y un plan de contingencia.

– Qué productos son vendidos en los MC? Productos frescos y / o procesados? Productos que son difíciles de encontrar en otra parte, como productos con algun valor especial cultural, etc?

Los productos que traen los campesinos a vender en los parques estaban subdivididos en categorías tales como: tubérculos y plátanos, verduras hortalizas y aromáticas, productos cárnicos, quesos y lacteos, huevos, productos procesados y de panadería, plantas ornamentales, artesanías,

---

<sup>8</sup> Organizaciones que conforman el CICC: Federación Nacional de Sindicatos Agropecuarios – Fensuagro, Asociación Nacional de Ayuda Solidaria-Andas, Federación Nacional de Cooperativas Agropecuarias – Fenacoa, Asociación Nacional Mujeres Campesinas e Indígenas de Colombia – Anmucic, Fundación San Isidro, Comité de Mercados Campesinos del Oriente del Tolima – Asomercam, Acción Campesina Colombiana – ACC y La Confederación Nacional Comunal – Confecomunal.

comidas preparadas que en volumen se contabilizó en 1.850 toneladas para un valor en venta de \$ 5.510.674.126. entre 2007-2010<sup>9</sup>; todos estos productos son de buena acogida por el consumidor debido a que son frescos, poco manipulados y de buena calidad, cuentan con una especial acogida los huevos campesinos, productos procesados y de panadería, las verduras y la comidas preparadas, estos últimos productos que recuerdan al capitalino su relación con la cultura campesina.

– Cual fue la reacción de los consumidores? Aceptaron los MC directamente o fue necesario algún diálogo, publicidad?

Todo lo anterior permitió que los Mercados Campesinos tuvieran gran acogida y fueran bien valorados por los habitantes de Bogotá,

– Cuales son las ventajas para los campesinos (mejores ingresos? Más decisión de venta, menos dependencia de intermediarios? Espacio social para entrar en diálogo con otros campesinos y consumidores? Otras ventajas?) y cuales son las desventajas? (tienen poco tiempo para vender, es tiempo que pierden en la finca? Que necesitarían para disminuir las desventajas?

Este hecho abrió las puertas para el diálogo entre el campesinado y la oficina del programa “Bogotá sin hambre” de la Alcaldía. Los campesinos promueven una serie de propuestas para el fortalecimiento y protección de la economía campesina en la Región Central, lo que permitió a su vez su reconocimiento y poder de interlocución como actor político para la toma de decisiones sobre las políticas de alimentos en Bogotá. Resultado de este empoderamiento de las organizaciones agrarias fue la expedición del Decreto 315 de 2006, norma que reconoce a los Mercados Campesinos como un canal de abastecimiento de la ciudad, acepta en la junta directiva del Plan Maestro de Alimentos de Bogotá – PMAAB – a dos representantes campesinos y concibe a los Mercados Campesinos como una política que integra a la Región Central del país.

---

<sup>9</sup> Economía Campesina, soberanía y Seguridad Alimentarias en Bogotá y la Región Central. ILSA y otros 2001, p. 231.

<sup>10</sup> Por ejemplo, los aportes públicos de la Secretaría de Desarrollo de la Alcaldía para el año 2015 solo fueron de \$800 millones y para el 2016 solo de \$700 millones, cuando los convenios anteriores habían alcanzado incluso a \$4.000 millones de pesos.

Si bien es cierto los mercados campesinos se han venido realizando desde el 2004, esto se debe al apoyo inicial de la embajada de Suecia y posteriormente de OXFAM, y solo con la entrada en vigencia del acuerdo 315 de 2006 la administración distrital de Bogotá asume la corresponsabilidad de apoyar al proceso de los Mercados Campesinos, pero solo es hasta finales de 2007 cuando destina recursos para los mercados, y solo es en el año 2010 se institucionalizan y se les da regularidad con financiación pública, a través de convenios formalizados directamente con las organizaciones agrarias, para subsidiar el transporte de los productores campesinos a la ciudad y para el montaje y logística tales como realizar cursos de manipulación de alimentos, manejo de cadena de frío, técnicas de ventas, publicidad, apoyo de ventas a los excedentes etc. de los Mercados Campesinos. Los mercados se empezaron a realizar en veinte (20) parques de Bogotá cada dos semanas. A ellos asisten en promedio 1.500 productores directos en cada una de las fechas de su realización.

Para venir al MC, los campesinos previamente se han organizado en comités campesinos municipales, los cuales están conformados entre 10 y 80 familias, ellos deben organizar todo el proceso de acopio, logístico y de desplazamiento a Bogotá cada 15 días. Muchas administraciones municipales han apoyado de varias formas a los campesinos, en unos apoyan el transporte de los productos, otros el apoyo para el transporte de los campesinos y en otras ocasiones con apoyos para combustible.

Con esta presencia de los productores en los mercados se ha logrado reducir el precio de los alimentos hasta en un 30% para los consumidores, pues con estos se quiebra la intermediación comercial. Los Mercados Campesinos cuentan con una estrategia de comunicación y difusión sobre los derechos de los campesinos y campesinas, de la vida campesina y de su identidad.

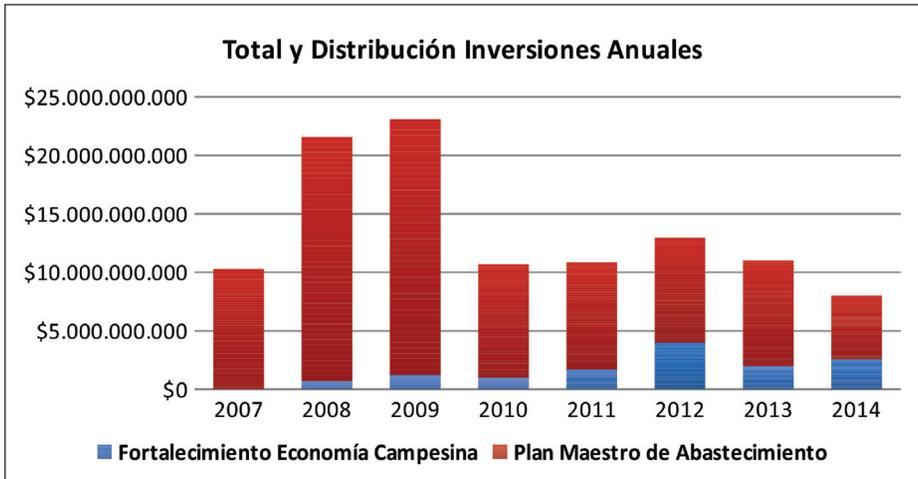
En el siguiente cuadro se muestra la evolución de algunos indicadores de los Mercados Campesinos:

### Fortalecimiento a la Economía Campesina

Indicadores	2011	2012	2013	2014
Productores vinculados a mercados campesinos en el marco del PMASAB.	1010	1010	1500	1010
Municipios participando en el proceso de los Mercados Campesinos (Boyacá, Cundinamarca, Meta y Tolima)*.	72	73	37	45
Volumen vendido (KG) mercados presenciales en 39 parques de Bogotá en el período enero de 2011 a 21 de junio 2014.	545.784	551.553	545.748	211.296
Unidades vendidas mercados presenciales en 39 parques de Bogotá en el período enero de 2011 a 21 de junio 2014.	489.753	362.900	489.753	218.424
Valor en ventas (\$) mercados presenciales en 39 parques de Bogotá en el período enero de 2011 a 21 de junio 2014.	\$ 2.516.062.305	\$ 2.699.562.012	\$ 1.725.062.305	\$

Fuente: ILSA – OXFAM. 2014.\* Otro nivel de análisis y de gestión del PMASAB, es la región definida por el abastecimiento en la que se identifican tres anillos. El primero, integrado por los 19 municipios aledaños que suministran el 33% del abasto de Bogotá, siendo importante en productos como: leche, hortalizas, frutas y papa. El segundo anillo reúne el resto de los municipios de Cundinamarca, junto a Meta, Boyacá y Tolima, responsable de otro 44% del abasto alimenticio, sobresaliendo en papa, arroz, papaya, algunas hortalizas, panela, yuca, cítricos, carne de pollo y res. El restante 23% proviene de los demás departamentos del país, que conforman el tercer anillo y la importación (PMAAB 2004, 9-10).

En el siguiente cuadro se muestra la financiación pública de los Mercados Campesinos a partir de 2008, teniendo en cuenta que el color rojo representa la financiación para la política general de abastecimiento alimentario para Bogotá, y en azul los recursos públicos destinados para los mercados:



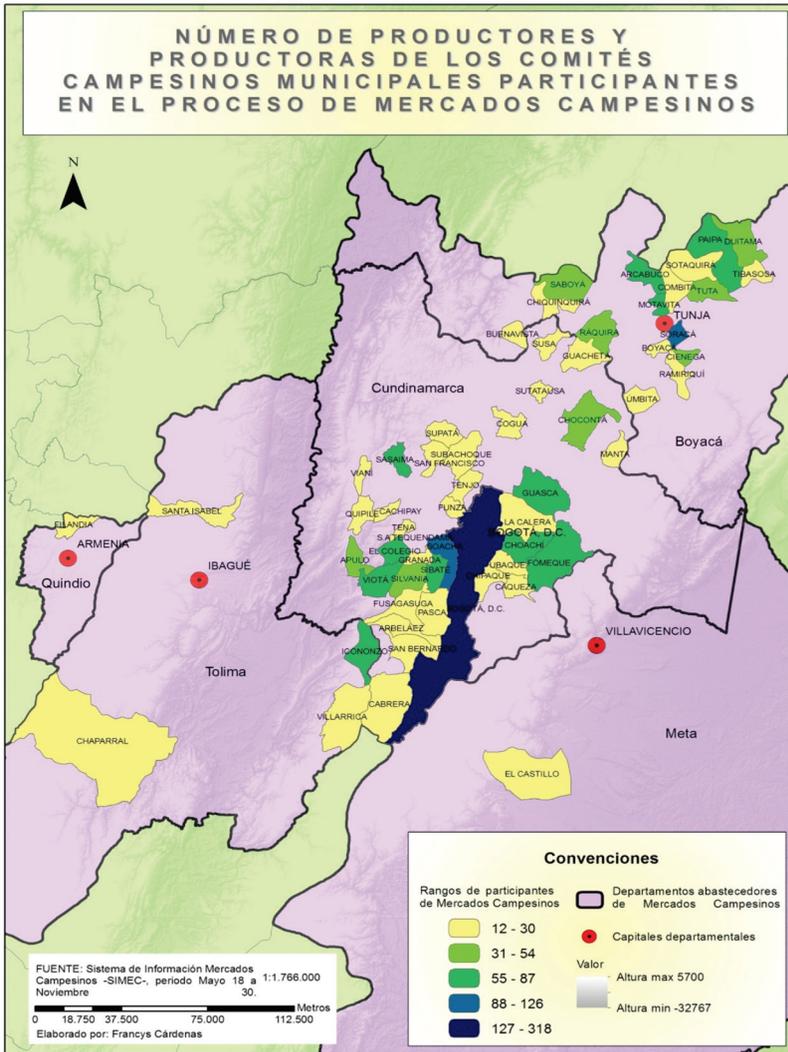
Fuente: Secretaría de Hacienda Distrital – Presupuestos Distritales Aprobados (Plan Operativo Anual de Inversión).

Cual es la situación actual? Estan en peligro estos éxitos?

Aunque los Mercados Campesinos son reconocidos jurídica y políticamente por la Administración, en la práctica las organizaciones campesinas se encuentran enfrentadas a serias limitaciones de tipo económico para mantener esta iniciativa. La destinación de recursos es decreciente e inestable, dejando la Administración por varios períodos sin financiación a los mercados, lo que genera pérdida de confianza en la ciudadanía. Otras trabas son de tipo logístico como exigencias rigurosas de certificación y registro de los productos campesinos, requisitos de seguridad y publicidad que muchas veces escapan al control de las organizaciones campesinas.

### Anexo<sup>10</sup>

El mapa a continuación muestra los departamentos y los municipios de donde vienen los campesinos a un mercado en Bogotá, pero de igual en muchos de ellos se realizan mercados campesinos como proceso multiplicador del que se lleva a cabo en Bogotá. También envió una foto de un mercado en la plaza de Bolívar de Bogotá





## Referencias

ILSA y otros. *Economía Campesina, Soberanía y Seguridad Alimentarias en Bogotá y la Región Central*, 2001.

ILSA, Oxfam y otros. *Mercados Campesinos: modelo de acceso a mercados y seguridad alimentaria en la Región Central de Colombia*, 2014.

Cuadernos n. 1. *Mercados Campesinos: caracterización de los hogares de Mercados Campesinos*. Universidad Nacional de Colombia, 2013.

## **Sobre os autores e as autoras**

### **Annelise Caetano Fraga Fernandez**

Professora adjunta do Departamento de Ciências Sociais e do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da UFRRJ. Possui mestrado em Antropologia e Sociologia e doutorado em Sociologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Coordena o Núcleo de Estudos em Ambiente, Território e Sistemas Agroalimentares (NEATS). Seus principais temas de pesquisa são: natureza, espaço e sociedade, participação e campesinato. Atualmente desenvolve trabalho relacionado a dinâmicas territoriais, conflitos ambientais, participação em conselhos, redes socio-técnicas e sistemas agroalimentares.

### **Carmen Janaina Batista Machado**

Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS). Integrante do Laboratório de Estudos Agrários e Ambientais (LEAA/UFPel) e do Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação e Cultura (GEPAC). Bolsista CAPES.

### **Fernanda da Silva Ferreira**

Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro – PPGCS/UFRRJ. Professora Docente I da Secretaria Estadual de Educação do Rio de Janeiro (SEEDUC-RJ) desde 2015. Graduiu-se em Ciências Sociais (Licenciatura) pela UFRRJ (2014).

### **Ismael Díaz**

Investigador en el Instituto Latinoamericano para una Sociedad y un Derecho Alternativo – ILSA.

### **Larissa Mattos da Fonseca**

Graduanda em Antropologia pela Universidade Federal de Pelotas (UFPel). Integrante do Laboratório de Estudos Agrários e Ambientais (LEAA/UFPel) e do Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação e Cultura (GEPAC). Bolsista IC-FAPERGS.

### **Lídia Maria Pires Soares Cardel**

Possui bacharelado em Ciências Sociais com habilitação em Antropologia Social e Cultural (1987) e licenciatura em Sociologia (1989) pela

Universidade de Brasília, mestrado em Antropologia Social pela mesma Universidade (1992), doutorado em Antropologia Social pela Universidade de São Paulo (2003) e pós-doutorado em Sociologia pela Universidade de Estrasburgo/França (2012-2013, bolsista CAPES/COFECUB). Atualmente é professora associada da Universidade Federal da Bahia, coordenadora do Núcleo de Estudos Ambientais e Rurais (NUCLEAR/CNPq) e pesquisadora Associada da Universidade de Brasília (UnB).

### **Márcio Nicory Costa Souza**

Possui graduação em Ciências Sociais (licenciatura e bacharelado) pela Universidade Federal da Bahia (2004 e 2005) e mestrado pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais – PPGCS na mesma instituição. Atualmente atua como professor de Sociologia da EBTT do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Bahia – IFBA, campus Paulo Afonso.

### **Maria Catarina C. Zanini**

Possui graduação em Curso de Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS (1987), mestrado em Antropologia pela Universidade de Brasília – UnB (1997), doutorado em Ciência Social (Antropologia Social) pela Universidade de São Paulo – USP (2002) e pós-doutorado pelo Museu Nacional (MN-UFRJ) (2008). Atualmente é professora associada da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), vinculada aos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Programa de Pós-Graduação em História. Coordenadora do NECON/UFSM (Núcleo de Estudos Contemporâneos). Pesquisadora associada do NIEM-UFRJ (Núcleo de Estudos Migratórios). Pesquisadora associada ao Instituto Histórico de São Leopoldo. Pesquisadora PQ 2/CNPq.

### **Miriam Santos**

Graduação em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (1984), mestrado em Ciência Política pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (2000) e doutorado em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2004). Realizou de setembro de 2006 até setembro de 2007 um estágio pós-doutoral no CPDA da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Atualmente é pesquisadora associada do Núcleo Interdisciplinar de Estudos Migratórios e professora adjunta do Instituto Multidisciplinar da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, vinculada aos Programas de Pós-Graduação em Ciências Sociais e de Educação Agrícola da mesma universidade. Bolsista da FAPERJ na modalidade Jovens Cientistas do nosso Estado.

### **Renata Menasche**

Doutora em Antropologia Social. Professora do Programa de Pós-Graduação em Antropologia da Universidade Federal de Pelotas (PPGAnt/UFPel) e do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PGDR/UFRGS). Integrante do Laboratório de Estudos Agrários e Ambientais (LEAA/UFPel) e coordenadora do Grupo de Estudos e Pesquisas em Alimentação e Cultura (GEPAC <http://www.ufrgs.br/pgdr/gepac/>). Bolsista PQ-CNPq.

### **Sônia de Souza Mendonça Menezes**

Professora adjunta do Departamento de Geografia da Universidade Federal de Sergipe, vinculada ao Núcleo de Pós-Graduação em Geografia NPGeo/UFS. Doutorado em Geografia –NPGeo/UFS. Líder do GRUPAM – Grupo de Estudos e Pesquisas sobre alimentos e manifestações tradicionais. Atualmente orienta alunos na Pós-Graduação e coordena projetos de pesquisa relacionados aos Alimentos Identitários, saberes, fazeres e reprodução social; Sistemas agroalimentares localizados; Metodologia de Projetos para Educação Básica e Projeto Institucional de Iniciação à Docência UFS/CAPES; Projeto de Iniciação Científica PIBIC/UFS/CNPq e PIBIC-Júnior.

### **Stella Maris Nunes Pieve**

Doutora em Antropologia Social. Pós-doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (PPGDT/UFRRJ).

### **Viviane Vedana**

Doutora em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, possui graduação em Ciências Sociais Bacharelado (2002) e mestrado em Antropologia Social (2004) pela mesma universidade. É professora adjunta no Departamento de Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina e pesquisadora do Coletivo de Estudos em Ambientes, Percepções e Práticas (CANOA) da UFSC.



ISBN 978-85-7843-669-8



9 788578 436698

