

Circuitos curtos de comercialização e agroecologia: experiências do Brasil e da Espanha

short food supply chains and agroecology: experiences in Brazil and Spain

Canales cortos de comercialización y agroecología: experiencias en Brasil y España

Bianca Lima Costa¹
Mamen Cuéllar Padilla²

Recebido em: 22/05/2022; revisado e aprovado em: 08/10/2024; aceito em: 14/10/2024

DOI: <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v25i4.4114>

Resumo: O presente artigo tem como objetivo analisar duas experiências de circuitos curtos de comercialização das cidades de Viçosa, Minas Gerais, Brasil, e Córdoba, Andaluzia, Espanha, buscando compreender suas trajetórias, formas de organização, características, diferenças e similaridades, assim como os principais aprendizados destes processos para o debate sobre Desenvolvimento Local. O tema vincula-se aos estudos sobre sistemas alimentares contemporâneos e à construção de alternativas de realocação alimentar em contextos sociais e econômicos distintos. A metodologia utilizada foi de tipo qualitativo, e os dados e as informações desse trabalho basearam-se em revisão bibliográfica, observação participante e consultas a materiais informativos. A pesquisa foi realizada no período de 2018 a 2019. Os dados coletados foram analisados seguindo cinco fases: 1) compilação da base de dados; 2) decomposição dos dados; 3) recomposição dos dados; 4) interpretação dos dados e; 5) conclusão. Dentro dos resultados, ressalta-se a importância da participação de diferentes atores e atrizes na construção de circuitos curtos de comercialização, que vão além da venda de alimentos e produtos, revitalizando mercados de proximidade a partir de outros padrões de qualidade e confiança entre produtores e consumidores. Além disso, as experiências contribuem para processos de Desenvolvimento Local a partir de processos de governança local e potencialização de forças endógenas.

Palavras-chave: feiras; Desenvolvimento Local; sistemas agroalimentares.

Abstract: This study examines the experience of two short food supply chains in the cities Viçosa, Minas Gerais, in Brazil and Córdoba, in Spain. It seeks to compare and comprehend the histories, forms of organization, characteristics, differences, and similarities, as well as the main lessons these experiences may bring to local development. The theme is linked to studies on contemporary food systems and the construction of food relocation alternatives in different social and economic contexts. The implemented methodology takes a qualitative approach, through the bibliographic research of collected information and data, participatory observation and reviewing informative materials. The survey was carried out from 2018 to 2019, and the collected data were analyzed in five phases: 1) compilation of the database; 2) data decomposition; 3) data recomposition; 4) data interpretation and; 5) conclusion. The results highlight the participation and cooperation of distinct actors in the process of building short channel distribution venues that go beyond the trading of foods and produce, invigorating proximity markets by setting new standards of quality and trust between producers and consumers. In addition, the experiences contribute to local development processes based on local governance processes and the empowerment of endogenous forces.

Keywords: market; Local Development; agro-food systems.

Resumen: Este artículo tiene como objetivo analizar dos experiencias de mercados de agricultores em las ciudades de Viçosa, Minas Gerais, Brasil, y Córdoba, Andalucía, España, buscando comprender sus trayectorias, formas de organización, características, diferencia y similitudes, así como las principales lecciones aprendidas de estos procesos para el desarrollo local. El tema está vinculado a los estudios sobre los sistemas alimentarios contemporáneos y la construcción de alternativas de reubicación de alimentos en diferentes contextos sociales y económicos. La metodología utilizada fue cualitativa y los datos e información de este trabajo se basaron em uma revisão de la literatura, observación participante y consultas com materiales informativos. La encuesta se realizó de 2018 a 2019 y los datos recopilados se analizaron en cinco fases: 1) compilación de la base de datos; 2) descomposición de datos; 3) recomposición de datos; 4) interpretación

¹ Universidade Federal de Viçosa (UFV), Viçosa, Minas Gerais, Brasil.

² Universidad de Córdoba, Córdoba, Espanha.



de datos y 5) conclusión. Como resultado, se resalta la importancia de la participación de diferentes actores y actrices en la construcción de canales de comercialización que van más allá de la comercialización de alimentos y productos, revitalizando mercados de proximidad basados en otros estándares de calidad y confianza entre productores y consumidores. Además, las experiencias contribuyen a los procesos de Desarrollo Local a partir de los procesos de gobernanza local y el empoderamiento de las fuerzas endógenas.

Palabras clave: mercados; Desarrollo Local; sistemas agroalimentarios.

1 INTRODUÇÃO

A conformação do sistema agroalimentar contemporâneo ocupa diversos debates científicos relacionados aos impactos ambientais e sociais gerados a partir de processos complexos que operam tanto em nível local, como global. Refletir sobre estes fluxos e relações no mundo atual é de extrema importância, considerando a necessidade urgente de adoção de soluções socialmente inclusivas e ambientalmente sustentáveis.

A crítica a este sistema e a seus efeitos está presente nos diversos debates em torno da agroecologia, que pode ser compreendida como dinamizadora de formas mais sustentáveis de produção, distribuição e consumo de alimentos. Os circuitos curtos de comercialização (CCC) fazem parte desta estratégia por representarem formas de reaproximação entre produtores(as) e consumidores(as) (Chaparro; Calle, 2017; Schneider, 2013) a partir de padrões de qualidade distintos dos mercados convencionais (Sevilla Guzmán *et al.*, 2012).

Essas iniciativas apresentam características que supõem a valorização do local e das relações de proximidade, buscando reequilibrar e realocar a produção de alimentos (Begiristain; López, 2016; Rucabado; Cuéllar-Padilla, 2019; Cuéllar-Padilla; Ganuza, 2018). A construção desses mercados pode contribuir para promover estratégias de desenvolvimento rural (Schneider, 2013) e local, assim como garantir formas de produção relacionadas à soberania e segurança alimentar (Dubeux; Batista, 2017).

A preocupação com a “relocalização alimentar” e a mobilização de diferentes organizações e forças locais em prol da construção de sistemas agroalimentares mais sustentáveis pode estar relacionada às diferentes formas de promover o Desenvolvimento Local. Tais processos envolvem mudanças sociais que buscam a melhoria das condições de vida das comunidades, potencializando as capacidades endógenas e a participação social (Amaro, 2009).

Nesse contexto, os circuitos curtos de comercialização, principalmente no campo agroecológico, têm sido amplamente debatidos. Dessa forma, o objetivo do presente trabalho é contribuir para uma análise dos mercados comparando propostas em cidades e continentes diferentes, para responder as seguintes perguntas: quais características destes mercados dependem do contexto em que estão inseridos, e quais podem ser generalizadas? Quais impactos no desenho destes mercados dependem das decisões tomadas e qual a influência dos atores e atrizes externos nesses processos? Qual a relação entre estas experiências de circuitos curtos de comercialização e o Desenvolvimento Local?

O estudo analisou duas experiências de circuitos curtos de comercialização situadas no Brasil e na Espanha, as quais têm em comum o fato de estarem inseridas nos debates em torno da agricultura familiar e agroecologia. Buscou-se compreender as implicações da conformação deste tipo mercado, suas características e seus processos de organização, assim como as possíveis convergências em relação ao tema do Desenvolvimento Local. Trata-se de uma pesquisa qualitativa e comparativa de dois casos com características similares, inseridos em contextos socioeconômicos e culturais distintos.

2 SISTEMA AGROALIMENTAR GLOBALIZADO, CIRCUITOS CURTOS DE COMERCIALIZAÇÃO E DESENVOLVIMENTO LOCAL

O conceito de sistema agroalimentar envolve as relações de produção, distribuição e consumo em articulação com a atuação de diferentes atores e suas interconexões. Destaca-se que as mudanças nesses arranjos se intensificaram nos últimos 150 anos e influenciaram, de alguma maneira, a desconexão entre produção e consumo alimentar. Em linhas gerais, esse percurso passou de um modelo baseado na comunidade camponesa para a lógica da globalização alimentar (Friedmann, 1993, 2005; Sevilla Guzmán et al., 2012; Soler; Pérez, 2013; McMichael, 2016).

Tais processos compreendem a produção de alimentos contaminados por agrotóxicos, transgênicos e ultra processados com o aumento do custo energético da distribuição, seja em relação ao transporte, seja em relação à logística, seja em relação à conservação (Simón *et al.*, 2014; González de Molina; López; Guzmán, 2017; Cuéllar-Padilla; Sevilla Guzmán, 2013). Os impactos ambientais são significativos com a crescente perda de biodiversidade, contaminação da água e dos solos (Friedmann, 2005; Sevilla Guzmán *et al.*, 2012; McMichael, 2016; Dubeux; Batista, 2017), assim como também são expressivos os malefícios gerados à saúde humana.

Além disso, a desigualdade na repartição social dos alimentos e a fome permanecem, e a maior parte das decisões sobre o que produzir e o que comer está mediada por grandes corporações que envolvem produtores de agrotóxicos, cadeias de supermercados, multinacionais de transformação alimentar e agentes econômico-financeiros (Friedmann, 2005; Sevilla Guzmán *et al.*, 2012; McMichael, 2016).

Como forma de resistir a este modelo hegemônico, produtores(as) e consumidores(as) de diferentes partes do mundo têm se organizado em torno da agroecologia na construção de um conjunto heterogêneo de práticas e experiências. Em geral, trata-se de estabelecer processos que buscam a sustentabilidade ao longo da cadeia agroalimentar, considerando tanto o manejo dos agroecossistemas quanto as relações socioeconômicas e socioculturais (Soler; Pérez, 2013; Cuéllar-Padilla; Sevilla Guzmán, 2013; Vanderplanken *et al.*, 2016; Chaparro; Calle 2017; Begiristain, 2018).

Os circuitos curtos de comercialização se inscrevem nesse contexto por possibilitarem a construção de redes alimentares de base local, que partem das forças e agrobiodiversidade dos territórios visando à promoção da segurança alimentar e nutricional e ao fomento aos sistemas agroalimentares mais sustentáveis. Não se trata apenas de debates sobre processos de “comercialização” (Sevilla Guzmán *et al.*, 2012), mas também sobre um olhar acerca da complexidade do sistema agroalimentar globalizado e seus impactos na sociedade.

Nesse contexto, as feiras são exemplos de circuitos curtos de comercialização. Estes mercados são caracterizados como espaços de acesso público onde é possível adquirir alimentos produzidos diretamente por quem vende, em postos desmontáveis e organizados coletivamente (Mauleón, 2012). Os(as) produtores(as) são frequentemente agricultores(as), juntamente com pequenos e médios empreendimentos associativos ou solidários, muitas vezes periurbanos ou rurais, que comercializam seus produtos periodicamente e diretamente a consumidores(as), geralmente urbanos.

Na Europa, as feiras são herdeiras de uma longa tradição que quase desapareceu nas cidades, perdendo espaço na distribuição alimentar, sendo a venda direta substituída majoritariamente por atravessadores (Méndez; Monteserín, 2017; Castro, 2017). Na América Latina, estes mercados são expressões diversas do comércio de alimentos frescos e artesanais (Dantas, 2008) e, nos últimos

anos, várias iniciativas estão (re)emergindo como espaços alternativos que buscam fortalecer a produção agroecológica (Chaparro; Calle, 2017).

Em geral, as feiras envolvem um conjunto de atores e atrizes que trabalham em rede na construção e consolidação destes espaços. Entre eles, podem estar tanto gestores municipais como representantes de associações de produtores(as), organizações não governamentais e da economia solidária, além dos(as) próprios(as) agricultores(as) e consumidores(as). A responsabilidade pela gestão e pelo funcionamento é particular em cada experiência, tratando-se, em sua maioria, de arranjos e trabalhos coletivos (Begiristain; López, 2016; Méndez; Monteserín, 2017).

Nesse contexto, a organização de circuitos curtos de comercialização pode ser relacionar com estratégias de Desenvolvimento Local. Em síntese, de acordo com Amaro (2009), esta perspectiva envolve iniciativas que visam potencializar forças endógenas por meio da participação social e com o objetivo de melhorar as condições de vida nas comunidades.

Ferreira e Raposo (2017) ressaltam que o Desenvolvimento Local ganhou repercussão científica nos anos de 1970 e passou a ser incentivado, especialmente por organismos multilaterais, por volta de 1990, em contextos de países considerados “em desenvolvimento”. A principal crítica aos “modelos de desenvolvimento”, até então difundidos por diversos órgãos internacionais, ancorava-se na falta de participação e nos métodos considerados de “cima para baixo”; ou seja, sem um efetivo diálogo com as populações locais quanto às propostas e inovações possíveis a partir dos seus territórios.

Dessa forma, Tenório (2012) afirma que o Desenvolvimento Local consiste num processo endógeno focado em pequenas unidades territoriais que buscam promover dinamismo econômico e melhoria na qualidade de vida. Para tanto, elas mobilizam capacidades, energias e potencialidades específicas. As forças endógenas de cada localidade podem envolver recursos naturais, vocações trabalhistas e fatores socioculturais.

Segundo Amaro (2009), o Desenvolvimento Local deve ter como pressuposto um processo de mudança centrado numa comunidade territorial de pequena dimensão com uma identidade em comum. Tais processos buscam responder necessidades básicas, mobilizando as capacidades locais a partir da adoção de metodologias participativas. Mesmo baseado em forças locais, é importante contar com recursos exógenos e com uma perspectiva integrada e em parceria. O principal objetivo é o impacto na comunidade, sendo que não há um “modelo” a ser seguido, mas uma diversidade de processos, dinâmicas e, conseqüentemente, resultados.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa foi realizada através de um desenho metodológico, de tipo qualitativo, envolvendo duas experiências de feiras, no Brasil e na Espanha, de forma colaborativa entre pesquisadoras das duas nacionalidades. Como protocolo de levantamento de dados, foram adotados os métodos de observação participante, análise documental de materiais informativos, conversas com feirantes ao longo de visitas e participação das autoras em atividades organizativas das feiras ao longo do período de envolvimento com as experiências.

De acordo com Yin (2016), a observação participante tem sido praticada há mais de 100 anos e enfatiza um envolvimento estreito, íntimo e ativo dos(as) pesquisadores(as) no campo e em encontros da vida real e cotidiana. A observação foi realizada em diferentes espaços ao longo de 2018 e 2019. Especificamente, a experiência brasileira foi observada no primeiro ano, pela

pesquisadora do país que também realizou uma visita à feira espanhola em agosto de 2018, na oportunidade de um Congresso científico que previa uma visita de campo. Em seguida, com a possibilidade de diálogos e aprendizados entre as duas experiências, foi possível acompanhar, em 2019, os processos da iniciativa espanhola, período no qual a autora brasileira residiu na cidade em que a feira acontecia, podendo acompanhar pelo menos 6 edições do evento que ocorria mensalmente na localidade.

É importante destacar que a relação das autoras com as feiras, cada qual em seu país, data de períodos anteriores à pesquisa, o que possibilitou o entendimento mais profundo sobre os processos envolvidos nas construções destas propostas, os quais serão apresentados na seção seguinte. Embora o idioma pudesse representar um empecilho para a realização do trabalho, o tempo de campo possibilitou um maior entendimento não só dos vocábulos, mas expressões regionais, cultura e sociabilidade cotidiana.

Os documentos e as visitas serviram para realização do que Yin (2016) denomina de triangulação de dados, em que se busca, a partir de evidências de múltiplas fontes, compreender convergências e divergências sobre os resultados encontrados. Conforme orientação do autor, o procedimento de análise dos dados qualitativos ocorreu seguindo cinco fases: 1) compilação da base de dados; 2) decomposição dos dados; 3) recomposição dos dados; 4) interpretação dos dados e; 5) conclusão.

Dessa forma, os dados levantados foram compilados a partir da reunião das notas do trabalho de campo e dos documentos. Em seguida, passou-se à decomposição, em que foi realizada uma primeira organização de códigos e, posteriormente, à recomposição, em que as autoras trabalharam nos rearranjos e nas recombinações fundamentais para a interpretação dos resultados, organização da narrativa e conclusões.

O tema circuito curto de comercialização foi previamente definido, mas pode-se compreender a pesquisa como indutiva, seguindo um processo de “baixo para cima”, no qual os achados da pesquisa foram guiados por conceitos mais amplos, revelando, dentre eles, a relação destas experiências com o Desenvolvimento Local.

4 AS FEIRAS NO BRASIL E NA ESPANHA: DOIS CASOS EM ESTUDO

As experiências analisadas neste artigo estão situadas nos municípios de Córdoba, região de Andaluzia, Espanha, e Viçosa, em Minas Gerais, Brasil. Ambas as localidades vivenciam processos relacionados ao debate da agroecologia como matriz de produção alimentar. A criação das feiras, portanto, está inserida em territórios em que há uma ambiência favorável a este tipo de organização em rede.

Para reforçar este pressuposto, é importante destacar, por exemplo, que Córdoba recebeu, em 2008, a declaração de primeira cidade a se articular em prol do comércio justo da Espanha e, em 2016, ao assinar o Pacto de Milão³, passou a adotar políticas municipais para construção de práticas mais sustentáveis, orientadas à realocação alimentar. O município abriga historicamente diversas organizações agroecológicas, como cooperativas de consumidores(as) e de comércio justo, grupos de consumo, e o grupo de pesquisa-ação em Agroecologia, Soberania Alimentar

³ O Pacto de Milão sobre política de Alimentação Urbana foi lançado na Expo 2015, em Milão, e tem como objetivo incentivar municípios a implementarem políticas públicas para fortalecimento da sustentabilidade dos sistemas agroalimentares.

e Bens Comuns do Instituto de Sociologia e Estudos Campesinos (ISEC), da Universidade de Córdoba. Fundado há mais de três décadas, o ISEC vem trabalhando nos últimos anos numa articulação a nível local e regional orientada à realocização alimentar da cidade, denominada “Alimentando Córdoba”.

A experiência estudada na Espanha é uma associação de produtores(as) e organizações coletivas que se formalizou em 2014, com a primeira edição da feira em 2015. O processo de conformação durou cerca de dois anos, em que se trabalhou, de maneira participativa, os objetivos e o modo de funcionamento, assim como o regulamento interno do que seria o mercado. Este processo foi impulsionado por uma cooperativa de importação de produtos de comércio justo (IDEAS), o que foi feito com o ISEC. A associação buscava estabelecer um mercado com características diferenciadas na cidade, para visibilizar as temáticas da agroecologia, comércio justo e produção camponesa, bem como promover o consumo de produtos locais e agroecológicos no município. Na iniciativa de Córdoba, participam 25 produtores(as), agrupados em 12 postos. Alguns são produtores(as) individuais ou associados, e outros cooperativas.

Já Viçosa, situada na Zona da Mata do Estado de Minas Gerais, também conta com uma rede sociotécnica de fomento aos processos agroecológicos a partir da articulação de entidades da agricultura familiar, organizações não governamentais, órgãos públicos e Universidade, que atuam desde a década de 1970 com a temática. Essa trajetória foi reconhecida, em 2018, por meio da lei estadual que instituiu a Zona da Mata como Polo Agroecológico e de Produção Orgânica do Estado⁴.

No caso brasileiro, o mercado acontece semanalmente e envolve iniciativas da economia solidária e agricultura familiar, com venda de hortifrúti (verduras, hortaliças e frutas), alimentos processados (pães, bolos, lanches e bebidas) e artesanato. Já a experiência espanhola acontece mensalmente e envolve produtores(as) agroecológicos, de artesanato e distribuidores(as) de produtos ecológicos não disponíveis no território, como os do comércio justo e outros alimentos processados. Os(as) participantes da feira, em sua maioria, não passaram pelo processo de construção prévio, sendo a instituição, onde ocorre as vendas, e um programa de extensão universitária as principais lideranças e “realizadoras” desse processo, com a primeira feira ocorrendo em 2016. A iniciativa se inspirou em outras experiências de realização de mercados dentro das universidades no Brasil.

O sindicato docente, sensível à temática, cedeu um espaço da entidade para realização do projeto. O programa de extensão e a organização sindical reuniram outros parceiros e empreendimentos para planejar o funcionamento da ação. Em conjunto, elaboraram o regimento interno e uma chamada para os interessados em participar da feira. Os dois critérios estabelecidos para participação foram o registro no Cadastro Nacional de Economia Solidária (Cadsol), vinculado ao Governo Federal, para os empreendimentos econômicos solidários, e, para os(as) agricultores(as) familiares, a Declaração de Aptidão ao Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (DAP-Pronaf), também um cadastro para acesso às políticas públicas em diferentes níveis de Estado. Uma comissão de “seleção” ficou responsável por analisar os formulários dos interessados de acordo com os princípios da feira. No caso brasileiro, há uma

⁴ A Lei n. 23.207 foi sancionada pelo governador do Estado de Minas Gerais no dia 28 de dezembro de 2018, criando o Polo Agroecológico e de Produção Orgânica na Região da Zona da Mata mineira. O principal objetivo da lei é incentivar o desenvolvimento da agroecologia e da produção orgânica na região, assim como o consumo desses alimentos pelos mineiros.

participação de 28 produtores(as), distribuídos entre empreendimentos econômicos solidários e agricultores(as) familiares. Nesse caso, o canal envolve iniciativas coletivas de artesanato com diferentes perfis, tais como famílias, grupos de mulheres e projetos sociais.

Ambas as localidades, portanto, apresentam um conjunto de atores e atrizes, incluindo movimentos sociais urbanos e rurais, entidades da sociedade civil e públicas. Como elemento compartilhado, destaca-se a presença de grupos nas universidades que trabalham tais questões sob a perspectiva da pesquisa, ensino e extensão. Após esta breve apresentação dos dois estudos de caso, as próximas seções serão dedicadas a analisar as similaridades e diferenças entre as feiras, as formas de organização/desenho de cada experiência e a relação com o Desenvolvimento Local.

5 SIMILARIDADES E DIFERENÇAS DAS FEIRAS

A análise de similaridades e diferenças entre as iniciativas nos servirá para compreender aspectos que podem ser considerados intrínsecos aos mercados com base em redes agroecológicas e aqueles(as) que são dependentes de processos de conformação, contextos e tomadas de decisões do coletivo envolvido nestas construções.

Entre as questões que são comuns em ambos mercados, podemos destacar a diversidade de atores, atrizes e produtores(as) envolvidos(as) na conformação das feiras, que responde ao que já foi debatido na literatura da área em relação à rede de atores e atrizes distintos que compõe a organização e revitalização das iniciativas com estas características.

No caso da iniciativa espanhola, o mercado envolve uma diversidade de participantes como: agricultores(as) “individuais”, com venda de hortifrúti e produtos processados, como azeite, vinho, queijo; cooperativas de produtores(as) de alimentos agroecológicos frescos e processados; e produtores(as) de artesanato e cooperativas vinculadas à economia solidária. Além da parte da produção, outras entidades, em parceria com o ISEC, colaboram organizando atividades de sensibilização e divulgação, além do acompanhamento de processos internos como a implementação de um sistema participativo de garantia. Há também um posto destinado a “convidados(as)”. Nesse caso, iniciativas e organizações vinculadas à temática da sustentabilidade (energias alternativas, produtos de extrativismo etc.) são mobilizadas a cada mês para participarem do mercado e apresentarem suas experiências. Cabe destacar que não existe implicação da prefeitura, além da cessão do espaço para realização da feira, mediante concessão provisória de utilização de área pública, que periodicamente tem de ser renovada.

No exemplo brasileiro, há a presença de uma rede envolvendo agricultores(as) individuais, associações, artesãs e artesãos, grupos de consumo, grupos informais, principalmente de mulheres, mas com a presença forte de instituições que não são de produtores(as), como projetos de extensão universitários, entidade sindical, entidades públicas de extensão rural, vigilância sanitária e organizações não governamentais. A feira tem menor interação com o poder público municipal do que outras iniciativas da cidade, pois sua localização é na sede do sindicato de docentes, dentro do *campus* universitário.

Dessa forma, ressaltamos a diversidade de atores, atrizes e de formas jurídicas nestes mercados estudados, que, de alguma maneira, compartilham princípios similares vinculados à agroecologia, como elementos que identificam e diferenciam estes espaços. Isso faz com que as feiras tenham uma diversidade importante de tipos de produtos, desde frescos a processados, e artesanatos, assim como uma rede de apoio técnico que contribui para animar o debate e a reflexão sobre as temáticas.

Outra similaridade identificada entre os casos se relaciona às iniciativas de proximidade e ao raio de influência das feiras. Isso pode variar desde o nível local (experiência de Viçosa) ao regional (experiência de Córdoba). A venda é predominantemente direta e com a presença do que se pode denominar de intermediários “qualificados”, sendo esses cooperativas ou redes que adquirem produtos que seguem os princípios da feira, mas vindos de outras regiões. Isso é evidente no exemplo do café e do chocolate, vendidos por uma cooperativa de comércio justo na Espanha. No caso do Brasil, um grupo realiza compras coletivas de alimentos, como arroz e farinha integral orgânicos, em que não há produção local, abastecendo não só os consumidores(as) da feira, como os próprios(as) produtores(as) que utilizam esses insumos. De uma determinada forma, isso significa abrir mercado para agricultores(as) de outros territórios, fortalecendo os princípios gerais compartilhados. O caráter da feira permanece majoritariamente como de proximidade e relação direta, embora possibilite o acesso dos(as) consumidores(as) a outros tipos de produtos, cuja qualidade ambiental e social está garantida.

Os processos de garantia e geração de confiança dos produtos que são oferecidos nestes espaços também compartilham similaridades. Como há uma intenção em dar ênfase às iniciativas de tipo agroecológico ou de economia solidária, em ambos mercados há a presença de sistemas de garantia para geração de confiança às pessoas consumidores(as) em relação ao que é oferecido na feira. No caso da Espanha, o sistema utilizado é o certificado ecológico oficial, que se estabelece como indispensável para poder participar do mercado. No entanto, tem-se trabalhado no desenho de um sistema participativo de garantia⁵ (ainda não reconhecido oficialmente), para possibilitar a entrada de produções camponesas sem certificado oficial, pelas numerosas críticas às auditorias por terceira parte⁶.

Em Viçosa, a produção agroecológica é um princípio, embora haja agricultores(as) em transição e até mesmo com cultivos convencionais. Além dos documentos oficiais exigidos para entrada na feira, como a DAP-Pronaf e o registro no Cadsol, parte dos(as) produtores(as) tem algum tipo de selo ou controle, embora esta não seja uma exigência ou restrição de participação. A legislação brasileira prevê a certificação vinculada ao tipo de comercialização realizada. No caso de venda direta a consumidores(as), pela agricultura familiar, é possível a constituição de Organizações de Controle Social (OCS), cadastradas no órgão fiscalizador, que emite uma declaração atestando a conformidade. Para as demais possibilidades de comercialização, a regulamentação estabeleceu que os produtos orgânicos devem ser auditados por organismos reconhecidos oficialmente, seja por terceiros, seja por sistemas participativos de garantia (Brasil, 2003). Na feira, há a presença de expositores tanto com certificados por entidades terceiras, com o selo Orgânicos do Brasil, como uma rede de prosumidores(as) que se constituiu como uma OCS.

A legislação sanitária é uma preocupação em ambos os circuitos, principalmente para produtos processados, já que se considera que as leis não adaptadas à produção camponesa são um freio para a viabilidade e as opções de comercialização dos atores e atrizes-chaves dos mercados. No entanto, existe uma permissividade maior na experiência brasileira, que conta

⁵ O modelo de governança desses sistemas considera a descentralização da tomada de decisões, os vínculos com a comunidade e a estrutura organizacional pautada pela participação e confiança (Cuéllar-Padilla; Ganuza, 2021).

⁶ Os mecanismos de construção de confiança através de intermediários sofrem críticas por apresentarem elevados custos e burocracia, e são difíceis de serem acessados por pequenas produções. Além disso, trata-se de uma concepção simplificada dos agroecossistemas, reforçando um modelo de agricultura como ramo da indústria, desconsiderando pressupostos agroecológicos (Cuéllar-Padilla; Ganuza, 2021).

com acompanhamento e apoio técnico de equipes de extensão e pesquisa da Universidade, especialmente da área de Nutrição.

Por último, cabe destacar que os dois mercados têm em comum a realização de atividades que ultrapassam as vendas diretas de produtos à medida que promovem ações formativas, culturais, direcionadas às crianças, de trocas, entre outras. Isso demonstra que tais espaços podem ter funções pedagógicas, de ócio, lazer e cultura, intencionalmente promovidas ou até mesmo espontâneas. Além disso, a materialidade da comercialização, as relações de proximidade e o convívio público são mediações importantes para reflexão – ausente na distribuição convencional – sobre temas como, por exemplo, agroecologia, segurança alimentar, comércio justo e consumo consciente.

Em relação aos aspectos distintos, um dos pontos principais compreende a gestão e o processo de criação do mercado. Na Espanha, os atores e as atrizes-chave são as cooperativas, os(as) produtores(as), e as organizações com longa atuação na agroecologia e, de alguma forma, consolidadas neste campo. Esta trajetória prévia de sujeitos implicados no mercado dá uma visão compartilhada sobre os objetivos e princípios dele, embora diferenças que surgem são polidas com o tempo. Na experiência brasileira, no entanto, há um conjunto heterogêneo de participantes cujo envolvimento com as temáticas alternativas é muito diferenciado. Isso significa que a distância entre os princípios orientadores e as práticas revela a necessidade de debates mais ampliados que ultrapassem a valorização da produção artesanal e da agricultura familiar, para alcançar perspectivas mais sustentáveis de produção e consumo.

Em Córdoba, desde o princípio, a experiência foi impulsionada pelo ISEC e uma cooperativa de comércio justo, através de um processo participativo e autogestionário. São os(as) feirantes que assumem as responsabilidades associadas ao mercado e tomam as decisões que correspondem a ele. Isso faz com que o mercado funcione através de uma assembleia quinzenal. Na experiência brasileira, há uma coordenação protagonizada por agentes externos, em especial pela Universidade, embora tenha a presença de produtores(as). Por um lado, isso “facilita” o processo de organização do mercado, já que os(as) participantes assumem poucas funções, tarefas e custos para vendas. Por outro, gera uma dependência de projetos universitários e da entidade sindical que têm interesses distintos. Isso tem implicação na conformação identitária destes grupos e na compreensão deles como coletivo.

Os locais onde as duas feiras são realizadas também têm diferenças importantes. Enquanto a iniciativa espanhola ocorre com uma conexão mais próxima da cidade, ou seja, é realizada num local público, com maior visibilidade e trânsito de pessoas, a iniciativa em Viçosa é realizada na sede de uma organização dentro da Universidade que, embora seja aberta, pode restringir a participação de um público consumidor mais amplo. Isso tem implicações nas exigências para os(as) participantes. No caso de Córdoba, é difícil a construção de critérios alternativos, pois a feira deve seguir os regulamentos oficiais de controle ou corre o risco de não receber autorização para realização.

Outro elemento distinto é a periodicidade da feira, que implica relações diferenciadas com os(as) consumidores(as) e se justifica a partir dos objetivos almejados por cada um dos mercados. A feira do Brasil acontece semanalmente e, por isso, representa o principal canal de comercialização para parte dos agricultores(as) e um espaço complementar, embora também importante, para outro conjunto de participantes. Ou seja, a iniciativa pretende se constituir como espaço de distribuição de pouca articulação com outros circuitos alternativos da cidade,

acontecendo inclusive outra feira da agricultura familiar no mesmo dia e horário. Em Córdoba, o mercado foi constituído com o objetivo de divulgar e fortalecer outros circuitos de comercialização, como cooperativas e lojas especializadas, os quais fazem parte da organização do espaço. Os atores e as atrizes presentes no mercado já tinham desenvolvido outros canais de comercialização diretos. O objetivo da feira era alcançar pessoas ainda não conscientizadas, em que os outros canais não estavam chegando.

Pode-se compreender que, embora tenham princípios norteadores semelhantes, o estágio, os objetivos e as motivações das feiras são diferentes. O caso brasileiro é mais autocentrado, e a experiência espanhola pretende ocupar espaços na cidade e visibilizar as temáticas que lhe são importantes. Nesse caso, os produtos ofertados nas feiras são vendidos em outros pontos, inclusive com os mesmos preços, o que contribui para fortalecer lojas que já estão consolidadas.

Da mesma forma, a relação com os(as) consumidores(as) é distinta, porque a feira em Viçosa tem um público mais permanente, que utiliza o canal para se abastecer de gêneros alimentícios semanais. Isso ajuda a fortalecer a relação de proximidade entre produtores(as) e consumidores(as) e viabilizar economicamente a agricultura familiar. Além disso, converte-se em espaço de socialização e divulgação destas iniciativas e princípios. Em Córdoba, além do espaço do mercado ser no centro comercial da cidade, com o objetivo de chegar às pessoas que “passam pela rua” e não são “conscientes”, a periodicidade é mensal e, por vezes, interrompida por férias e outros contratemplos. A implicação é um consumo mais disperso, de ocasião, embora um conjunto mobilizado e consciente de consumidores(as) frequente o espaço para compras, encontros e reforço identitário. Assim, a feira de Córdoba tem mais um objetivo de sensibilização e divulgação.

6 APRENDIZADOS PARA O DESENHO DE MERCADOS DE PROXIMIDADE E O DESENVOLVIMENTO LOCAL

A partir deste diálogo, foi possível levantar alguns pontos que chamaram a atenção ao longo da pesquisa e dos aprendizados, sintetizados nesta seção. Trata-se de identificar elementos dependentes dos contextos e a maneira como certas decisões ou condições contextuais podem influenciar no desenho de um mercado local no âmbito da agroecologia.

O primeiro diz respeito ao envolvimento de diferentes atores e atrizes em prol da construção dos mercados, o que requer processos organizativos coletivos, em que as relações de horizontalidade contribuem para o reforço da identidade grupal e seus objetivos. As feiras apresentam sentidos variados que transitam entre a viabilidade econômica para agricultura familiar, artesanal e de pequenos(as) produtores(as) e a materialização de alternativas que ultrapassam a produção. De alguma maneira, reforçam também o papel do consumo consciente e responsável, embora a participação dos consumidores(as) seja difusa e menos organizada.

Nesse sentido, a origem e os processos de conformação da feira podem determinar de maneira chave o desenho e a implicação dos diferentes atores e atrizes, assim como também sua periodicidade e estabilidade. As alianças entre produtores(as) com entidades externas pode ser um apoio e uma forma de acompanhamento para promoção de processos autogestionários, ou podem gerar dependência por parte das pessoas produtoras. Por outro lado, um processo autogestionário encontra limitações em tempo e energia, o que pode ser traduzido em uma menor periodicidade do evento, assim como um impacto menor sobre o setor produtivo da

iniciativa. Um processo apoiado externamente pode gerar um maior impacto no setor produtivo ao facilitar a participação das pessoas no espaço e manter a maior periodicidade da iniciativa.

Outro ponto de aprendizado representa a compreensão de que as feiras ou os mercados são canais que devem estar dentro de estratégias mais amplas de sustentabilidade da agricultura familiar, já que o consumo não é necessariamente “consciente”, mas para um público mais geral. De fato, as atividades de divulgação e de educação devem estar intimamente associadas a estas iniciativas. Geralmente, quanto mais apoio de outras redes e entidades tem um mercado, mais fácil será se organizar com uma periodicidade maior e ampliar a conscientização para o consumo. Quanto menos periódico é o mercado, menos impacto em nível de conscientização e fidelização o consumo terá. Por isso, na maioria dos casos em que os mercados têm uma periodicidade baixa (uma vez ao mês), as pessoas produtoras participam mais de outros canais de venda dirigidos ao consumo mais conscientes (grupos de consumo, *food service* etc.).

Dessa forma, o papel dos consumidores(as) é diferente de outras experiências, como cooperativas de consumo, por exemplo. Trata-se de uma relação mais difusa nas feiras e nos mercados, embora a participação e o envolvimento desses atores e atrizes sejam fundamentais. O fortalecimento de processos de aprendizado mútuo é importante, porque a politização do consumo é um diferencial a ser levado em conta.

Este perfil de consumo faz com que as feiras apostem em mecanismos de confiança que estejam claramente estabelecidos, baseados geralmente em sistemas de garantia oficialmente reconhecidos ou internos. Nesse sentido, os principais pressupostos nos quais se baseiam estes circuitos curtos de comercialização são: a venda direta, as relações de proximidade entre produtores(as) e consumidores(as) que compartilham territórios, assim como algum diferencial de qualidade que pode ser vinculado à agroecologia ou à economia solidária.

É muito importante colocar em visibilidade e em questão o papel das universidades, compreendidas como centros de ensino, desenvolvimento de pesquisa e promoção social. Mais do que isso, refletir de que forma tais instituições reproduzem e reforçam a insustentabilidade do próprio regime alimentar contemporâneo. Ter grupos que fazem essa contraposição é fundamental, embora a forma deva ser diferenciada no sentido de promover processos em que a participação e o envolvimento comunitário são premissas e a chave para romper estratégias difusionistas e anacrônicas.

As ações devem buscar ser horizontalizadas sem a centralidade de organização e coordenação nos “detentores do saber”, fazendo com que esta interação reconheça os diferentes tipos de conhecimento, buscando construir, de fato, inovações alimentares localmente implicadas. Deve-se buscar um equilíbrio entre impulsionar ou acompanhar processos autônomos e, de fato, participativos.

Por fim, experiências de feiras nos formatos apresentados dialogam diretamente com o Desenvolvimento Local, pois partem da produção alimentar de proximidade, coletiva e sustentável, nesse caso agroecológica e da agricultura familiar, como estratégias de reconexão entre produção e consumo. O envolvimento de diferentes atores e atrizes sociais, numa governança local em prol de uma alimentação mais saudável e ambientalmente responsável, revela que não há um “modelo” a ser seguido, mas há uma construção social, considerando as diferentes forças endógenas de cada território.

Embora as mudanças sejam em pequena escala, o fato de os princípios organizativos serem participativos demonstra a preocupação com a diversidade de processos e dinâmicas próprias.

Várias temáticas são possíveis de serem tratadas nessas feiras, e a conexão com outras pautas revelam também a potencialidade desses espaços para o Desenvolvimento Local.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É possível concluir que as feiras envolvem um conjunto de atores e atrizes sociais e, guardadas as especificidades de cada caso, contrapõem-se, mesmo que de forma limitada, aos sistemas agroalimentares globais, a partir de arranjos locais que enfrentam muitos desafios e contradições. Esses mercados têm características e potencialidades distintas de outras estratégias de circuitos curtos de comercialização, visto que não requerem um consumo consciente nem politizado para se desenvolverem. Da mesma forma, parte significativa destas características são similares nas experiências analisadas, tais como os princípios centrados em promover sistemas alimentares localizados baseados na venda direta entre produtores(as) e consumidores(as) que compartilham um mesmo território, e com base em produções concretas relacionadas à agroecologia.

Os mercados, além disso, estão intimamente relacionados com o envolvimento de parcerias entre produtores(as) e outros agentes do território, entre os quais as universidades, que podem desempenhar um importante papel na dinamização destas iniciativas. Cabe destacar que se trata de espaços que estão para além da venda, pois incorporam atividades e momentos de divulgação, conscientização, educação, assim como de ócio e intercâmbio.

As diferenças encontradas se relacionam com várias questões, como o perfil e a interação dos(as) participantes. Há formas de organização diferenciadas, com maior e menor controle de agentes “externos”, e maiores ou menores exigências de implicações das pessoas produtoras. Outro elemento é o rigor ou profundidade dos sistemas de garantia exigidos, que vai depender da periodicidade do mercado. Quanto mais periódicos, mais fácil a construção de relações de confiança e fidelização do consumo. O local de realização das feiras tem implicações nesse sentido, já que a experiência na Espanha está mais aberta à regulamentação estatal, por funcionar em um espaço público.

Compreende-se, portanto, que as feiras são espaços de aprendizados mútuos, e a interação com instituições universitárias é importante, desde que haja valorização do conhecimento popular. As inovações alimentares devem passar por processos de construção coletiva e participativa, e o envolvimento dos consumidores(as) é fundamental. Dessa forma, percebe-se também como tais processos estão em convergência com os debates sobre o Desenvolvimento Local.

REFERÊNCIAS

AMARO, R. Desenvolvimento Local. In: CATTANI, A. D.; LAVILLE, J. L.; GAIGER, L. I.; HESPANHA, P. (Org.). *Dicionário internacional da outra economia*. São Paulo: Almedina, 2009. p. 108-13.

BEGIRISTAIN, M. Z. Comercialización agroecológica: un sistema de indicadores para transitar hacia la soberanía alimentaria. *Cuadernos de Trabajo/Lan-Koadernoak Hegoa*, Bilbao, v. 1, n. 75, p. 6–52, 2018.

BEGIRISTAIN, M. Z.; LÓPEZ, D. G. *Viabilidad económica y viabilidad social: una propuesta agroecológica para la comercialización de la producción ecológica familiar*. País Vasco: Euskadiko Nekazaritza eta Elikadura Ekologikoaren Kontseilua [ENEK], 2016.

BRASIL. *Lei Federal n. 10.831*, de 23 de dezembro de 2003. Dispõe sobre a agricultura orgânica, e dá

outras providências. Brasília-DF, 2023. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/2003/L10.831.htm. Acesso em: 16 set. 2019.

CASTRO, N. *La dictadura de los supermercados: como los grandes distribuidores deciden lo que consumimos*. Madrid: Ediciones Akal, 2017.

CHAPARRO, A. A.; CALLE, Á. C. Peasant economy sustainability in peasant markets, Colombia. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, Londres, v. 41, n. 2, p. 204–25, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/21683565.2016.1266069>. Acesso em: 20 dez. 2021.

CUÉLLAR-PADILLA, M.; GANUZA, E. F. We don't want to be officially certified! Reasons and implications of the Participatory Guarantee Systems. *Sustainability*, Basel, v. 10, n. 4, p. 1–15, 2018. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/10/4/1142>. Acesso em: 20 dez. 2021.

CUÉLLAR-PADILLA, M.; SEVILLA GUZMÁN, E. La Soberanía Alimentaria: la dimensión política de la Agroecología. In: CUÉLLAR-PADILLA, M.; CALLE, Á. C.; GALLAR, D. (Ed.). *Procesos hacia la Soberanía Alimentaria: perspectivas y prácticas desde la agroecología política*. Barcelona: Editorial Icaria, 2013, p. 15–32.

DANTAS, G. P. G. Feiras no Nordeste. *Mercator*, Fortaleza, v. 7, n. 13, p. 87–101, jan./jun. 2018.

DUBEUX, A.; BATISTA, M. P. Agroecologia e Economia Solidária: um diálogo necessário à consolidação do direito à soberania e segurança alimentar e nutricional. *Revista do Desenvolvimento Regional*, Santa Cruz do Sul, v. 22, n. 2, p. 227–49, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.17058/redes.v22i2.9340>. Acesso em: 20 dez. 2021.

FERREIRA, B.; RAPOSO, R. Evolução do(s) Conceito(s) de Desenvolvimento. Um Roteiro Crítico. *Cadernos de Estudos Africanos*, Lisboa, n. 34, p. 88–114, 2017.

FRIEDMANN, H. Feeding the empire: the pathologies of globalized agriculture. In: PANITCH, L.; LEYS, C. (Ed.). *The empire reloaded: socialist register*. London: Merlin, 2005, p. 124–43.

FRIEDMANN, H. The political economy of food: a global crisis. *New Left Review*, Londres, n. 197, p. 29–57, jan./fev. 1993.

GONZÁLEZ DE MOLINA, M., LÓPEZ, D. G.; GUZMÁN, G. C. Politizando el consumo alimentario: estrategias para avanzar en la transición agroecológica. *Revista do Desenvolvimento Regional*, Santa Cruz do Sul, v. 22, n. 2, p. 31–53, 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.17058/redes.v22i2.9340>. Acesso em: 20 dez. 2021.

MAULEÓN, J. R. Mercados de agricultores em Espanha: diagnóstico y propuesta de actuación. *Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, Zaragoza, n. 13, p. 53–82, 2012.

MCMICHAEL, P. *Regimes alimentares e questões agrárias*. São Paulo: Editora Unesp / Editora da UFRGS, 2016.

MÉNDEZ, R. G. D. V.; MONTESERÍN, O. A. Redes alimentarias alternativas em grandes ciudades: los mercados de productores agrarios en Madrid. *En Cuadernos Geográficos*, Granada, v. 56, n. 1, p. 193–216, 2017.

RUCABADO, T. P.; CUÉLLAR-PADILLA, M. Luces y sombras de los mercados municipales como actores en la construcción de sistemas alimentarios localizados: aprendizajes desde un estudio de caso en la provincia de Málaga. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, Valladolid, n. 252, p. 33–58, 2019.

SCHNEIDER, S. Prefacio. In: CONTERATO, M. A.; NIERDELE, P. A.; TRICHES, R. M.; MARQUES, F. C.; SCHULTZ, G. (Org.). *Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos*. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013, p. 8–11.

SEVILLA GUZMÁN, E.; SOLER, M.; GALLAR, D., SÁNCHEZ, I.; CALLE, Á. C. *Canales cortos de comercialización alimentaria en Andalucía*. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2012.

SIMÓN, X. F.; COPENA, D. R.; PÉREZ, D. N.; DELGADO, M. C.; SOLER, M. Alimentos kilométricos y gases de efecto invernadero: análisis del transporte de las importaciones de alimentos en el Estado español (1995–2007). *Revista Iberoamericana de Economía Ecológica*, Rio de Janeiro, n. 22, p. 1–16, 2014.

SOLER, M.; PÉREZ, D. Canales Cortos de Comercialização alimentaria em la construcion de sistemas agroalimentares. In: CUÉLLAR-PADILLA, M.; CALLE, Á. C; GALLAR, D. (Ed.). *Procesos hacia la Soberanía Alimentaria. Perspectivas y Prácticas desde la Agroecología Política*. Barcelona: Editorial Icaria, 2013, p. 63–80.

TENÓRIO, Fernando G. *Cidadania e desenvolvimento local*. Ijuí: Ed. Unijuí, 2007.

VANDERPLANKEN, K.; ROGGE, E.; LOOTS, I.; MESSELY, L.; VANDERMOERE, F. Building a narrative: the role of dualisms when interpreting food systems. *The International Journal of Sociology of Agriculture and Food.*, Madri, v. 23, n. 1, p. 1–20, 2016.

YIN, Robert K. *Pesquisa qualitativa do início ao fim*. Porto Alegre: Penso, 2016.

Sobre os autores:

Bianca Lima Costa: Pós-doutorado em Sociologia pela Universidade de Córdoba, Espanha. Doutorado e Mestrado em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-Minas). Graduação em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Professora Adjunta IV do Departamento de Economia Rural e do Programa de Pós-Graduação em Agroecologia da Universidade Federal de Viçosa (UFV). **E-mail:** bianca.lima@ufv.br, **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0003-2808-0906>

Mamen Cuéllar Padilla: Doutorado em Agroecologia pela Universidade de Córdoba. Professora do Instituto de Sociologia y Estudios Campesinos (ISEC) da Universidade de Córdoba, na Espanha. **E-mail:** mcuellar@uco.es, **ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-3248-9395>