

DIA DE FEIRA!

Aspectos relacionados à comercialização em feira na perspectiva de um casal de produtores assentados

Marco Aurélio Maia Barbosa de Oliveira Filho¹

RESUMO

Todo mundo muito provavelmente já frequentou, frequenta ou ainda frequentará alguma feira ao longo da vida. Existem diferentes modalidades de feiras, e as impressões de quem as frequenta podem ser as mais variadas. Feiras de produtores, nas quais são comercializados produtos e serviços diversos, confeccionados e oferecidos pelos próprios trabalhadores, têm recebido atenção e apoio cada vez maior por parte de pesquisadores e de consumidores preocupados com a origem dos itens que consomem. A comercialização em feiras possui algumas características que a diferenciam de outras formas de comercialização, como, por exemplo, no que diz respeito às formas de sociabilidade desenvolvidas numa situação deste tipo e a oportunidade do estabelecimento de relação mais direta entre produtor e o consumidor final. A proposta deste trabalho foi a de acompanhar um casal de produtores rurais em situações de feira por meio de uma pesquisa etnográfica que contou com a participação em duas feiras permanentes e realização de entrevistas. Assim, foi possível conhecer e refletir sobre a realização de feiras na perspectiva dos produtores, bem como situar a trajetória de vida deste casal a uma dimensão maior, que envolve a realidade presente em assentamentos de reforma agrária e a comercialização de produtos agrícolas em circuitos curtos.

Palavras-chave: Feira de Produtores; Etnografia; Assentamento Rural; Comercialização; Consumo Solidário.

¹ Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, endereço eletrônico: mambofilhopanda@gmail.com

INTRODUÇÃO

Feira, cuja origem etimológica vem do latim *feria*, que significa “dia de festa”, corresponde a um evento realizado num determinado local, em épocas predeterminadas, no qual as pessoas desenvolvem relações econômicas de venda, compra e/ou troca direta de bens e serviços diversos. Com papel determinante nas transações econômicas do período pré-capitalista, além de compreender um espaço de troca de produtos e serviços nos quais as pessoas comercializavam a produção excedente e adquiriam produtos de que necessitavam, as feiras também representavam um local de excelência para o estabelecimento de diferentes tipos de relações sociais, como confraternização, realização de acordos, organização política etc.

Apesar de o caráter proeminente ter diminuído com o advento e hegemonia do modo capitalista de produção, sobretudo com a expansão em larga escala de grandes redes varejistas e concentração do mercado atacadista, as feiras nunca deixaram de existir, ainda menos em economias periféricas, que contam com acentuada presença do ambiente rural sobre o urbano e existência relevante de formas econômicas não capitalistas.

As feiras constituem uma alternativa importante para o escoamento da produção de pequenos produtores rurais, artesãos e demais agentes econômicos que comercializam em pequena escala. Para os consumidores, especialmente para aqueles que adotam a prática do consumo ético, responsável e solidário², ou seja, que se preocupam com a origem dos produtos e serviços que consomem, atentando-se para as questões ambientais e sociais relacionadas ao objeto de consumo, além de se preocuparem com o próprio bem-viver (consumo de bens e serviços que trazem satisfação e benefícios a saúde), as feiras oferecem oportunidade de conhecer a origem do produto, saber por quem e em quais condições foi elaborado e, muitas vezes, no caso da produção artesanal, a obtê-lo por um preço menor devido à ausência de atravessadores. Dessa forma, a relação direta entre produtores e consumidores propiciada numa situação de feira pode trazer vantagens para ambos os lados, acarretando num rendimento maior ao produtor, como numa maior economia para o consumidor, e também ajudar a revelar o caráter fetichista da mercadoria – assunto

²De acordo com Euclides Mance (2003), “consumo solidário significa consumir bens ou serviços que atendam às necessidades e desejos do consumidor, visando: (a) realizar o seu livre bem-viver pessoal; (b) promover o bem-viver dos trabalhadores que elaboram, distribuem e comercializam aquele produto ou serviço; (c) manter o equilíbrio dos ecossistemas; (d) contribuir para a construção de sociedades mais justas e solidárias” (p. 44-45).

desenvolvido por Karl Marx – ao visibilizar as relações sociais existentes por trás das relações econômicas, trazendo o ser humano para o centro do processo.

Feiras têm sido organizadas e apoiadas por diferentes agentes, como universidades, organizações do terceiro setor, movimentos sociais, prefeituras, dentre outros, como estratégia de comercialização para produtos oriundos do trabalho coletivo, individual ou familiar. Para além da oportunidade de escoamento de produtos e serviços sem a figura de atravessadores e na perspectiva do estabelecimento de relações econômicas mais humanizadas, as feiras de produtores também podem ser locais de lazer, expressões culturais, divulgação de práticas solidárias etc. Apesar das vantagens apresentadas, partir da perspectiva dos produtores pode mostrar que a organização de feiras nem sempre é uma “tarefa fácil”, pois exige certo empenho com a atividade: preparação do espaço, divulgação, investimento, atendimento ao público, desmonte, e assim por diante.

Por meio do presente texto pretende-se conhecer e analisar aspectos relacionados à rotina de comercialização em feiras de produtores na perspectiva de um casal de produtores rurais que vivem em um assentamento de reforma agrária localizado em um município de médio porte do interior do estado de São Paulo. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa etnográfica que contou com o acompanhamento do casal em duas situações de feira e a aplicação de entrevistas estruturadas, com questões abertas, visando conhecer a história de vida do casal e suas impressões sobre a atividade de feirante. E, levando em consideração o atual contexto da pandemia de COVID-19 e as medidas necessárias para tentar barrar sua transmissão, também são discutidas no texto algumas questões sobre a situação pandêmica e seus inevitáveis impactos.

SOBRE A PESQUISA E O CASAL DE FEIRANTES

Na posição de sociólogo e pesquisador, tenho estudado as práticas de economia solidária já há algum tempo, e a questão da comercialização e do consumo tem sido uma das quais mais tenho me dedicado. Além de frequentador e de ter participado de iniciativas para a criação e apoio à organização de feiras de produtores, o interesse em buscar apreender os significados das feiras sob a ótica dos feirantes foi o que me motivou a desenvolver este trabalho.

Para tanto, a metodologia utilizada foi a da etnografia, que me permitiu interagir com os sujeitos envolvidos com o fenômeno analisado, observar as diferentes situações que o abarcam e levantar informações por meio das quais pude refletir sobre as feiras de produtores na perspectiva dos próprios feirantes. Evidentemente, essa é apenas uma tentativa de

aproximação das situações observadas para um campo destinado ao estudo acadêmico, à análise e ao debate científico. Partindo de Boaventura de Sousa Santos (2007), pode-se considerar que esse é um esforço de tradução, i. é., uma forma de procurar “traduzir saberes em outros saberes, traduzir práticas e sujeitos de uns aos outros” (p. 39), e assim criar inteligibilidade recíproca entre as experiências do mundo.

O trabalho de campo foi desenvolvido no segundo semestre de 2018, e mais recentemente, em novembro de 2020, foi realizada outra entrevista com um dos membros do casal com o intuito de mensurar o impacto da pandemia sobre suas atividades e conhecer as estratégias de enfrentamento implementadas. O campo consistiu no acompanhamento do casal nas duas feiras, participando de todo o processo, isto é, colheita dos produtos, organização da disposição dos itens levados à feira no veículo, montagem da barraca, comercialização durante a feira, desmonte da barraca e reacomodação dos itens no veículo.

O casal vive em um assentamento de reforma agrária há mais de dez anos, e parte considerável de sua renda advém da comercialização da produção de hortifrúti, praticada no lote onde vivem, em feiras de produtores na cidade. Até o final do ano de 2019 participavam de duas feiras regulares, e seu primeiro envolvimento com uma atividade deste tipo aconteceu em 2014. Todos os itens produzidos são orgânicos, ou seja, não são utilizados produtos químicos sintéticos nem organismos geneticamente modificados. Além da comercialização em feiras, eles também vendem produtos para o poder público por meio do Programa de Aquisição de Alimento (PAA) e do Programa Nacional da Alimentação Escolar (PNAE).

Sua história de vida está em consonância com o histórico das demais pessoas que compartilham com eles a vida no assentamento (GONÇALVES, 2016). Ambos não são originários do estado de São Paulo, portanto migrantes, e tem origem camponesa. Tanto uma quanto o outro viveram e trabalharam no campo desde tenra idade, mais tarde foram tentar “ganhar a vida” na cidade, exercendo diferentes profissões, até que ingressaram em movimento de luta por reforma agrária e, depois de algum tempo vivendo em acampamentos, conseguiram conquistar um pedaço de terra. Foi justamente num acampamento, que compreendia a primeira experiência dos dois na jornada de luta pelo acesso à terra, cinco anos antes de serem assentados e numa cidade já no interior do estado de São Paulo, que eles se conheceram e decidiram construir uma vida juntos.

Apesar da longa experiência na produção de alimentos e de certo suporte ocasional que recebem, a comercialização ainda é uma questão bastante significativa, uma vez que para que os trabalhadores se reproduzam é fundamental que o produto se converta em ganho econômico. Conforme destaca Gonçalves (2016), “a comercialização é um dos grandes

obstáculos para a consolidação dos assentamentos rurais de reforma agrária no Brasil” (p.161). No caso da produção orgânica, por estar muitas vezes sob controle dos próprios agricultores ou de suas organizações, a comercialização contraria as estratégias convencionais de multiplicação de intermediários, com predominância de circuitos curtos. Segundo Cordeiro (2014), num estudo realizado em 45 cidades do estado de Santa Catarina, concluiu-se que a feira pode ser considerada atualmente o local, o canal e o tipo de modalidade mais importante para a comercialização de produtos orgânicos.

Quando perguntei a eles por quê decidiram participar de feiras, comentaram que a ideia surgiu a partir de uma pequena horta que eles começaram a fazer no lote, em frente da casa. O foco inicial deles era, principalmente, a comercialização para o mercado institucional e a criação de alguns animais, como porcos e aves. No entanto, essa horta foi crescendo e muitos produtos acabavam sobrando, foi quando decidiram vender a sobra. O homem do casal levava os produtos até a cidade e vendia em uma carriola. Posteriormente, mediante a realização de um curso de produção orgânica oferecido aos assentados por uma instituição pública, eles decidiram investir na construção de uma nova horta e a buscar outros meios de comercialização, tendo encontrado nas feiras um canal mais adequado para isso. Eles contaram que a maior vantagem de comercializar em feiras é voltar com dinheiro no bolso. Quando vendem para o poder público demora muito tempo para receberem o pagamento, em feiras, ao contrário, o retorno financeiro é instantâneo, o que possibilita pagar contas e arcar com o custo de itens de consumo diário.

Sua fonte de renda provém integralmente de tudo aquilo que produzem e que conseguem vender, seja para o poder público (principalmente por meio do PAA e do PNAE), da contribuição de produtos em cestas semanais comercializadas de forma conjunta com outros assentados³, de eventos esporádicos que participam quando convidados⁴ e, especialmente, da participação em feiras de produtores.

VIDA DE FEIRANTE

Para participar das feiras e conseguir ampliar a oferta de produtos eles investiram e continuam investindo na compra de alguns itens, tais como: barraca de feira, balança digital, sacolas e redes para embalar produtos, moedor de cana-de-açúcar e estufa para

³ Em meados de 2016 algumas famílias produtoras do assentamento começaram a montar cestas de produtos orgânicos para serem entregues uma vez por semana a consumidores que pagam uma mensalidade pelo recebimento da cesta. Esta foi uma iniciativa de grupos universitários, que deram apoio inicial à organização dos produtores e contribuíram com a divulgação da iniciativa.

⁴ Como eventos universitários ou organizados pelo poder público municipal, por exemplo, nos quais têm oportunidade de comercializarem seus produtos.

armazenamento de salgados, torrador de café, dentre outros. Para participar de uma feira, portanto, não basta produzir os produtos que serão vendidos, é necessário adquirir os itens necessários para viabilizar a comercialização.

A preparação para participar das feiras começa com certa antecipação. Quando da realização da pesquisa etnográfica, eles participavam de uma feira que acontecia às quartas-feiras, das 17h30 às 19h30, e de outra que acontecia aos sábados, das 8h às 13h30⁵. Para a feira que começava às 17h30 a preparação costumava iniciar por volta das 14h do mesmo dia, e para a feira de sábado ela tinha início no dia anterior, geralmente no princípio da tarde. A feira de sábado acontece em uma praça na região central do município e possui maior porte (mais produtores envolvidos e maior fluxo de consumidores), o que propicia mais vendas para o casal e, também, exige mais trabalho. Por este motivo, e pelo fato de eles ainda participarem dela, focarei a apresentação na experiência vivenciada nesta feira.

As atividades de preparação consistem, de forma geral, em colher os produtos na horta, limpar e organizar em porções, separar os itens utilizados na feira (barraca, balança, mesa, sacolas, borrifador de água, garrafa térmica e demais itens necessários) e montagem da carga no veículo. Nesta fase de preparação existe uma certa divisão do trabalho, na qual o homem fica responsável pelo caldo de cana⁶ e pela montagem do carreto, enquanto que a mulher colhe os produtos na horta e separa os itens que serão levados à feira. Enquanto ela colhe os produtos, ele corta e prepara a cana que será usada para fazer a garapa; quando ele termina o trabalho com a cana vai até a horta e, junto com ela, lavam e organizam os produtos em porções (montando maços ou acondicionando em sacolas, a depender do produto).

Eles possuem uma grande variedade de itens, que acabam mudando de acordo com a sazonalidade de cada um. Quando estive no assentamento (era começo da primavera) eles levaram para as feiras: alface, couve, capuchinha, almeirão, rúcula, agrião, repolho roxo, salsinha, chicória, cebolinha, hortelã, brócolis, rabanete, berinjela, cenoura, pitanga, banana, jaca, limão cravo e cana, usada para a garapa. Além dos itens que produzem, eventualmente compram de vizinhos produtos que não possuem e levam para comercializar nas feiras.

Quando acompanhei a preparação para a feira de sábado ficamos envolvidos com este processo das 15h até próximo das 21h, quando paramos para preparar o jantar. Assim que terminamos de comer fui acompanhá-lo na montagem da carga. Eles possuem um carro tipo utilitário, que facilita o transporte para a feira. Neste dia fomos dormir perto da meia-noite, e

⁵ O casal não deixou de participar dessa feira, que permaneceu inativa de meados de março até o início de outubro de 2020 devido à pandemia, e hoje é a única iniciativa deste tipo da qual participam.

⁶ Primeiro ele corta a cana, depois tira a palha e os ponteiros (que são a parte de cima da cana) e então lixa cada uma delas num esmeril improvisado com palha de aço.

às 5h já havíamos despertado. De manhã eles fazem os últimos preparativos para a feira e aproveitam este tempo para tratar dos animais – cães, gatos, galinhas, patos, coelhos, entre outros. Saímos da casa deles às 6h20, e depois de percorrer quase vinte quilômetros chegamos no local da feira pouco antes das 7h.

Quando chegam a primeira tarefa é descarregar o carro e montar a barraca. Nessa feira, que conta com um volume maior de produtos e a utilização de duas barracas (uma para o caldo de cana e outra para as hortaliças), demoramos algo em torno de uma hora para deixar tudo pronto. Observei apoio mútuo entre os feirantes na montagem e na desmontagem das barracas, sendo que em alguns casos o auxílio sequer fora solicitado. Como ali funciona estacionamento rotativo, eles e os demais feirantes estacionam os veículos numa rua ao lado da praça, onde funciona um ponto de táxi, descarregam tudo, vão estacionar o carro num local mais afastado, e quando retornam começam a montagem das barracas. No momento de partida é a mesma coisa, vão buscar o veículo, estacionam ao lado da praça e iniciam o carregamento.

As relações de solidariedade, contudo, não estão limitadas aos momentos de montagem e de desmontagem das feiras, em ambas notei que todos os feirantes pareciam estabelecer um bom relacionamento. Eles costumam conversar bastante entre si, fazer brincadeiras, trocar produtos (especialmente nos momentos finais da feira), emprestar e tomar coisas emprestadas, e assim por diante. Desta forma, percebi que a feira proporciona um momento de comunhão entre as pessoas que constroem o espaço, culminando num ambiente propício para o exercício da autogestão e do cooperativismo.

As relações que os feirantes estabelecem com os consumidores também tendem a alcançar um outro nível, pode-se dizer, de proximidade muito maior do que a que usualmente vemos em situações comerciais convencionais. Nesta feira, em especial, muitos dos frequentadores mais assíduos fazem questão de conversar com os feirantes para trocar experiências e conhecer um pouco melhor a realidade deles, além de aproveitarem para tirar dúvidas relacionadas aos produtos e seus cultivos.

Esta feira possui uma grande circulação de pessoas, tanto pela localização estratégica, quanto pela articulação feita pelos próprios feirantes com outros grupos e coletivos da cidade. Por meio dessa articulação buscam oferecer atrações diversificadas nos dias de feira, como apresentação musical, teatral, de danças, capoeira, realização de oficinas com temas afins (como preservação ambiental, medicina holística, ervas medicinais), e divulgar a feira em espaços e para grupos de pessoas que incentivam a prática do consumo ético, responsável e solidário.

Quando perguntei ao casal como era fazer feira, e do que mais gostavam, ambos responderam que era a interação com as pessoas. Disseram que a melhor parte da feira era conversar com as pessoas, trocar experiências, e a mulher acrescentou que conhecer pessoas novas é uma das melhores coisas que as feiras proporcionam. Para eles a feira é, dentre outras coisas, uma distração, disseram que muitas vezes nem notam o tempo passar. O momento de sociabilidade presente na comercialização contrasta com a atividade de produção que é exercida, na maior parte das vezes, de forma solitária.

Perguntei a eles qual era a melhor parte das feiras, mas também quis saber qual era a pior. A primeira questão que surgiu foi relacionada às intempéries. Disseram que é muito difícil fazer feira com “tempo de chuva” e quando a temperatura está muito baixa. Para os consumidores que frequentam uma feira pode ser relativamente fácil proteger-se das chuvas, basta procurar por um local coberto, mas no caso dos feirantes é mais complicado ter que deixar as barracas para procurar abrigo. Outro ponto levantado diz respeito a intervenções externas à feira, ou seja, nem de feirantes, nem de consumidores. Neste caso, mencionaram algumas situações pontuais, como a atuação de guardas de trânsito que em alguns momentos chegaram a causar certo tumulto na feira devido ao tipo de abordagem que realizaram numa rua ao lado do espaço, e em relação a algumas pessoas embriagadas que acabam causando mal estar e irritação nos feirantes.

Falaram também sobre os produtos que sobram no término das feiras⁷ – aparentemente na feira de sábado há um acordo de não baixar o preço dos produtos quando a feira está terminando, a famosa “xepa” –, acarretando em alguns prejuízos, e sobre as faltas dos feirantes, pois acreditam que quando alguém não comparece para comercializar na feira o consumidor fica prejudicado. Para eles, quanto mais gente comercializando na feira mais bonita ela fica e maior o seu movimento.

Após mais de seis horas de entrevista, a última questão que fiz foi referente aos seus sonhos, sobre o que gostariam de alcançar na vida. Argumentei que eles poderiam sonhar o mais alto possível, que a ideia era poder conhecer seus desejos, mesmo que utópicos ou com baixo potencial de realização, mas foram bem pragmáticos nas respostas. Eles querem deixar o lote em que vivem bem estruturado, com ampliação da horta e melhoria no sistema de irrigação, o Sistema Agroflorestal (SAF) bem organizado e aumento na capacidade de oferta de produtos para o PAA e o PNAE. Eles também comentaram sobre investir na construção de

⁷ Quando termina a feira eles levam de volta os produtos que tem um prazo de validade maior, como frutas e algumas leguminosas, para serem comercializados na feira seguinte, e aqueles mais perecíveis, como as folhas, eles costumam doar para outros feirantes.

um espaço destinado a eventos e hospedagem de eventuais turistas. O casal, assim como outros moradores do assentamento, acreditam no potencial do estabelecimento de um turismo rural na região, devido, principalmente, a existência de atrativos naturais ali presentes⁸.

Enquanto os feirantes seguem sonhando e investindo trabalho e recursos financeiros na produção e comercialização de seus produtos, novos obstáculos vão surgindo. No início do ano de 2020 o casal mantinha sua participação na feira que ocorre aos sábados e aguardava a retomada da de quarta-feira, que havia entrado em recesso no final do ano anterior e cujo retorno era esperado para ocorrer em meados do primeiro semestre do ano corrente. Entretanto, a chegada da pandemia de COVID-19 no Brasil provocou a necessidade do isolamento social e a consequente interrupção de todos os eventos sociais.

Diante da iminente suspensão da feira por tempo indeterminado, a estratégia adotada pelo casal foi a de pegar o contato de todos/as os/as clientes que visitaram a feira naquele dia derradeiro para começar a trabalhar com o sistema de entregas. A partir da segunda metade de março, então, começaram a divulgar uma lista de produtos para os contatos que possuíam oferecendo o serviço de entrega (ou retirada em alguns pontos fixos da cidade), efetuada duas vezes por semana, mediante escolha antecipada dos produtos desejados. Nesse momento inicial contaram com o apoio de parceiros para ampliar a divulgação dessa iniciativa nas redes sociais. Outra estratégia adotada foi a entrega de cestas semanais, que ocorria por intermédio de outra pessoa, mas essa iniciativa durou pouco tempo.

Segundo me relatou um membro do casal, a implementação dessa iniciativa ajudou a “segurar as pontas”, mas sua situação econômica piorou durante a pandemia. Pois, além de a quantidade de produtos vendidos por meio do sistema de entregas não ter conseguido atingir o mesmo patamar das feiras, a interrupção da compra de produtos pelo poder público municipal para o PNAE (devido ao recesso das atividades escolares) provocou um impacto considerável nas finanças do casal.

No mês de outubro, com a gradual retomada de algumas atividades presenciais, a feira de sábado foi reativada. O casal voltou a participar, mas me foi relatado que o movimento ainda está devagar, não apenas pelo receio que algumas pessoas apresentam de deixar o isolamento em que se encontram, mas também porque muitas das atividades que contribuíram para dar mais visibilidade à feira e atrair maior quantidade de público não estão acontecendo, como é o caso dos eventos culturais e a comercialização de alimentos para serem consumidos

⁸ Há alguns anos foi montado um projeto de uma cozinha rural junto ao poder público, para ser organizada de forma coletiva entre os membros do assentamento (alguns itens já foram comprados inclusive), visando desenvolver o turismo na região e promover melhoria na renda dos assentados, mas ele ainda não saiu do papel.

durante a feira. A própria venda de garapa, que garantia uma entrada econômica relevante para o casal, teve que ser adaptada aos novos tempos: agora é comercializada em garrafas para evitar o consumo no local.

Somado ao baixo movimento de pessoas presenciado na feira, observou-se também uma considerável diminuição de pedidos para entregas, atividade que continua sendo mantida pelo casal. Eles acreditam que a retomada das feiras (e não apenas a que participam) fez com que alguns dos clientes usuais deixassem de solicitar o serviço de entregas e passassem a adquirir os produtos diretamente nas feiras. Perguntei ao membro do casal entrevistado qual seria, na opinião dele, a melhor alternativa para promover uma melhora na comercialização, i. é., o que ele achava que poderia ser feito para melhorar sua situação econômica, e ele me respondeu que, além da retomada das compras para o PNAE, ele gostaria que fosse aberto um novo ponto para a realização de feira. Ou seja, ele segue acreditando no potencial das feiras para melhorar sua situação econômica, tanto quando desejando ampliar sua participação nesse ambiente, não apenas pela questão econômica, mas por tudo o que representa na vida deles e as formas de sociabilidade que propicia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo desta pesquisa foi procurar conhecer e analisar a rotina de participação nessas feiras de modo a compreender o que significa “fazer feira” para eles, quais aspectos estão relacionados e o impacto que a atividade de feirante representa na renda e no seu modo de vida. A realização deste trabalho me proporcionou conhecer melhor a trajetória de vida do casal, que eu já conhecia e cujos produtos tenho costume de consumir. Percebi como a vida deles, desde o nascimento até o momento presente, tem muitos pontos em comum com a de outras pessoas que vivem em assentamentos de reforma agrária e se dedicam a produção de alimentos – a origem camponesa, a vida muitas vezes difícil na cidade, o ingresso num movimento de luta por reforma agrária, o envolvimento com a produção de formas mais sustentáveis de agricultura, os desafios que enfrentam, e assim por diante.

Nas feiras pude observar como a relação entre os produtores durante a realização do evento tende a ser harmoniosa e cooperativa, que muitos deles participam de outros espaços similares, e que a relação direta com parte considerável dos consumidores tende a alcançar outro nível de proximidade, maior do que a que predomina nas relações convencionais de venda e compra de produtos. Assim, pode-se conjecturar que as feiras apresentam potencial

para desenvolver outras formas de relação econômica, fomentando a auto-organização dos produtores e formas de consumo mais éticas, responsáveis e solidárias.

Ao tentar trazer para o trabalho um pouco da realidade deste casal, busquei relatar o que vi acompanhando-os nas feiras, todo o processo de preparação e de comercialização, os esforços, custos e recompensas relacionadas à participação em uma atividade deste tipo. Mas cabe destacar que antes de colherem o produto para levar à feira há todo um longo processo envolvido, o qual não acompanhei, que consiste em planejar a produção, adquirir sementes, preparar e cultivar a terra, adubar, conter as pragas, manter a horta limpa (roçar o “mato” em volta, por exemplo), regar (geralmente isso é feito ao menos duas vezes ao dia em tempos mais secos), e demais obrigações associadas à produção rural.

É muito importante, para exercer a prática do consumo solidário, que o consumidor seja capaz de reconhecer que por detrás de todo produto existem pessoas que dedicaram seus conhecimentos, tempo e esforços para a sua confecção. Essas pessoas compartilham da mesma humanidade que nós, portanto, também possuem necessidades, desejos, angústias e sonhos, os quais, muitas vezes, procuram realizar por meio da atividade laboral que desenvolvem. Ou seja, a empatia, neste caso, tem um papel fundamental.

No entanto, além da empatia, é necessário que o consumidor que pretende adotar práticas de consumo solidário compreenda o consumo como um ato político. Pois, a partir de uma perspectiva crítica de como as relações econômicas acontecem hegemonicamente em nossa sociedade, causando uma série de danos sociais e ambientais, o consumidor deve ter clareza de que as opções que faz quando consome, onde ele deposita sua confiança e seus recursos, acabam por definir quais modelos serão fortalecidos e quais serão enfraquecidos.

O consumo solidário, sucedâneo à noção de consumo crítico (MANCIE, 2003), compreende que cada ato de consumo é um gesto de dimensão planetária que pode tornar o consumidor cúmplice de ações desumanas e ecologicamente prejudiciais, como a exploração do trabalho escravo e infantil ou o desmatamento da floresta amazônica, por exemplo, ou, por outro lado, contribuir para a promoção da equidade social, preservação ambiental e construção de formas de organização mais solidárias. Cabe a cada um de nós refletir sobre o próprio consumo e o consumo das instituições das quais fazemos parte e exercer o ato de consumir da forma mais ética, responsável e solidária possível.

A pandemia de COVID-19 tem causado uma série de dificuldades para a grande maioria das pessoas – com exceção daquelas que sempre acabam lucrando em situações de crise, como alguns bilionários que viram suas fortunas crescerem de forma ainda mais acelerada. Os pequenos produtores (assim como comerciantes locais, artistas e outros

profissionais) compõem uma das categorias mais afetadas, e para que essas pessoas tenham condições de viver de forma digna e sigam desenvolvendo suas atividades o apoio por parte dos consumidores é fundamental.

Seja procurando adquirir os bens produzidos de outras maneiras (como por meio do sistema de entregas), financiando parte da produção (mediante compra antecipada, por exemplo), ajudando na divulgação, organizando compras coletivas, dentre outras alternativas, é muito importante e necessária, mais do que nunca, a prática do consumo engajado, no sentido político mencionado anteriormente. A relação entre produtores e consumidores, diferentemente do que prega a ideologia capitalista, é uma relação de cooperação, auto sustentada, na qual a ação de um satisfaz as necessidades do outro. E para que possamos seguir consumindo produtos de qualidade, produzidos de forma social e ambientalmente equilibrada, sem exploração, e de acordo com os princípios defendidos pela economia solidária, precisamos garantir que quem produz dessa forma possa seguir existindo, caso contrário, estaremos cada vez mais reféns das grandes corporações cujo único princípio é a busca pela maximização do lucro.

REFERÊNCIAS

CORDEIRO, Eduardo Firak. **Sistemas alimentares alternativos: o papel dos circuitos curtos de comercialização de produtos agroecológicos em Florianópolis, SC** [dissertação de mestrado]. Florianópolis: Programa de Agroecossistemas da UFSC, 2014.

FRETEL, Alfonso Cotera; SIMONCELLI-BOURQUE, Eloïse. **O Comércio Justo e o Consumo Ético**. Rio de Janeiro: DP&A/FASE, 2003.

GONÇALVES, José Cláudio. **Desenvolvimento sustentável e questão agrária: retóricas e realidades em movimento** [tese de doutorado]. São Carlos: Programa de Pós-Graduação em Sociologia da UFSCar, 2016.

INSTITUTO KAIRÓS; CAPINA (Orgs.). **Práticas de Comercialização: uma proposta de formação para a economia solidária e a agricultura familiar**. São Paulo: Instituto Kairós, 2013.

MANCE, Euclides André. Consumo Solidário. *In*: CATTANI, Antônio David (Org.). **A outra economia**. Porto Alegre: Veraz Editores, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.