

UFRRJ

INSTITUTO DE AGRONOMIA

PROGRAMA DE PÓS – GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA ORGÂNICA

DISSERTAÇÃO

**FEIRA ALUMIAR EM NOVA FRIBURGO – RJ: ESTRATÉGIA COLETIVA PARA
A CONSTRUÇÃO DA AGROECOLOGIA E COMERCIALIZAÇÃO DIRETA**

Gabriela de Ataíde Fonseca

2018



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO INSTITUTO DE
AGRONOMIA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA
ORGÂNICA**

**FEIRA ALUMIAR EM NOVA FRIBURGO – RJ: ESTRATÉGIA COLETIVA PARA
A CONSTRUÇÃO DA AGROECOLOGIA E COMERCIALIZAÇÃO DIRETA**

GABRIELA DE ATAÍDE FONSECA

Sob a Orientação da Professora

Anelise Dias

Dissertação de mestrado submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Agricultura Orgânica**, no Curso de Pós-Graduação em Agricultura Orgânica.

Seropédica, RJ

Abril de 2018

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

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

F676f Fonseca, Gabriela de Ataíde, 1983-
Feira ALUMIAR em Nova Friburgo - RJ: estratégia
coletiva para a construção da agroecologia e
comercialização direta / Gabriela de Ataíde Fonseca. -
2018.
90 f.: il.

Orientadora: Anelise Dias.
Dissertação (Mestrado). -- Universidade Federal Rural
do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em
Agricultura Orgânica, 2018.

1. Circuitos curtos. 2. Agricultura Orgânica. 3.
Associativismo. . I. Dias, Anelise , 1977-, orient.
II Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.
Programa de Pós-Graduação em Agricultura Orgânica III.
Titulo.

UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO

INSTITUTO DE AGRONOMIA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM AGRICULTURA ORGÂNICA

GABRIELA DE ATAÍDE FONSECA

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Agricultura Orgânica**, no Programa de Pós-Graduação em Agricultura Orgânica.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 18/05/2018

Dr^a. Anelise Dias

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Dr. Renato Linhares de Assis

Embrapa Agrobiologia

Dr^a. Thadia Thuron Costa da Silva

Universidade Federal do Rio de Janeiro

DEDICATÓRIA

Este trabalho é dedicado à querida Alciania Boy Heringer, fundadora e o “coração” da ALUMIAR, mulher, agricultora, e mãe, que admiro pelo seu trabalho, que sempre foi feito com muito amor e perseverança e hoje alegre outras dimensões. E faça chuva, sol ou ventania, com um, dois ou vinte feirantes, domingo estamos na feira.

AGRADECIMENTOS

Quando os caminhos da vida me levaram a fazer Agronomia, depois o Mestrado em Agricultura Orgânica e a opção de trabalhar sempre com a agricultura familiar e com a agroecologia foram porque tive uma base ideológica pra que isto acontecesse, e isso se deve aos meus pais Marisa e Jorge (in memoriam), que foram e são fundamentais na minha formação, por isso a minha eterna gratidão. Mãe obrigada também por todo o apoio financeiro! Te amo!

A minha irmã Isadora, por sempre me incentivar e por acreditar em mim. E principalmente por ser a minha irmã querida que tanto amo! Muito obrigada, por você e a nossa Luísa estarem na minha vida, isso é um verdadeiro presente!

Agradeço a minha filha Laís, pela compressão do tempo que passei na minha escolinha e das ausências durante o processo de escrita da dissertação, sempre me perguntando quando eu ia terminar aquele —trabalho muito grandel para fazermos um baile em nossa casa. Agora o seu baile vai acontecer filhota! Você é a luz que me faz caminhar todos os dias, te amo!

Agradeço a Professora Anelise Dias, por me acolher e orientar nessa dissertação, e por todo o carinho e segurança que me passou durante esse processo! Muito obrigada! E estendo esse agradecimento a todos os professores do PPGAO!

Aos meus queridos amigos que me acompanham nessa vida, em especial a Renata e Natália, que me apoiaram desde o início do mestrado. Muito obrigada queridas!

A todos os feirantes e associados da ALUMIAR, primeiramente pela companhia todos os domingos e por fazerem a gente se sentir em uma verdadeira família. Em segundo por todo apoio durante a pesquisa, respondendo as entrevista, contribuindo na pesquisa com os consumidores e a todas as críticas e sugestões recebida durante o período do mestrado! Gratidão queridos!

Aos amigos que fiz na turma IV do PPGAO, foi muito bom estar com vocês, estudando, cantando e sendo feliz! Obrigada galera por fazerem parte dessa história!

RESUMO

FONSECA, Gabriela de Ataíde. **Feira ALUMIAR em Nova Friburgo – RJ: estratégia coletiva para a construção da agroecologia e comercialização direta.** 2018. 79p. Dissertação (Mestrado Profissional em Agricultura Orgânica). Instituto de Agronomia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2018.

No presente estudo realizou-se a caracterização e descrição da Feira ALUMIAR, organizada pela Associação Agroecológica e Agricultura Familiar de Lumiar e Arredores, que acontece todos os domingos de 9 às 14 h no distrito de Lumiar em Nova Friburgo-RJ. Realizou-se o levantamento das atividades desenvolvidas pela Associação ALUMIAR; caracterizou-se a estrutura e funcionamento da Feira; pesquisou-se o perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores. A pesquisa descritiva foi desenvolvida a partir de levantamento bibliográfico e documental, utilizou-se a entrevista semiestruturada e questionários auto-administrados. Identificou-se as potencialidades e os gargalos da Feira Alumiar. A Feira possui 12 barracas, ocupadas por 23 feirantes. Os produtos comercializados foram organizados em quatro categorias de comercialização: agricultura, alimentação saudável, artesanato e bem estar e saúde. Na categoria agricultura, os sistemas de produção estão em conversão para agricultura orgânica com princípios da agroecologia, mas os alimentos ainda não passam por processo de avaliação da conformidade que permita a identificação como orgânicos. A Feira ALUMIAR se consolidou na comunidade como um espaço de consumo de produtos regionais, com qualidade – produtos frescos – e grande variedade. Além disso, é um espaço que fortalece o associativismo, valoriza a cultura local e proporciona a troca de conhecimentos por meio de oficinas, mutirões e relação direta entre feirantes e consumidores. A Feira é gerida com base em princípios bem definidos, e isso pode ser justificado pelo alto nível de escolarização da maioria dos feirantes, que possuem origem urbana. Ressaltou-se, no entanto, a necessidade de mais debate e diálogo entre os integrantes, sendo fundamental a participação de todos os feirantes da Associação ALUMIAR. Os resultados da pesquisa mostraram que são necessárias melhorias na estrutura da feira, principalmente quanto à limpeza e infraestrutura de barracas e banheiros, no entanto a localização é considerada adequada para 75% dos entrevistados. Com relação ao perfil dos consumidores, a Feira recebe tanto moradores do local quando turistas, ambos com demanda para o aumento de variedade de produtos e serviços. Foi constatado que existe uma relação de confiança entre feirantes e consumidores, mas a avaliação da conformidade orgânica dos produtos é importante para 77% dos consumidores entrevistados. A autora desta pesquisa juntamente com a coordenação da ALUMIAR construiu o Regimento Interno da Feira, contribuindo com a melhor organização, principalmente quanto a cumprimento de horários, contribuição financeira, e seleção de novos feirantes. Conclui-se que a Feira ALUMIAR tem um papel importante na comunidade como espaço coletivo de construção e valorização da agroecologia em Nova Friburgo.

Palavras-chave: Circuitos curtos. Agricultura orgânica. Associativismo.

ABSTRACT

FONSECA, Gabriela de Ataíde. **Alumiar market in Nova Friburgo-RJ: collective strategy for the construction of agroecology and direct marketing**. 2018. 79p. Dissertation (Professional Master's Degree in Organic Agriculture). Institute of Agronomy, Federal Rural University of Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2018.

This study did the characterization and description of ALUMIAR popular market, weekly organized by Familiar Agricultural and Agroecological Association of Lumiar and Surroundings, which have place every Sunday in the district of Lumiar, Nova Friburgo, Rio de Janeiro. To achieve the goals of this study, the research identified 1) the activities carried out by ALUMIAR; 2) characterized the structure and work strategy of market; and 3) established the socioeconomic profile of merchants and consumers. I used bibliographic and documentary sources to carry out the descriptive research, and I also applied semi-structured interviews and self-administered questionnaires to merchants and consumers. Finally, I mapped potentials and challenges of ALUMIAR market. ALUMIAR market has 12 tents selling products, in which are working 23 stallholders. The products are organized into four categories: 1) agriculture; 2) health food; 3) handcraft; and 4) health and well-being. Regarding agriculture, I underline the methods of production are in transition to biological cultures, with guidelines of agroecology, nevertheless, farmers have not the certification as —organic agriculture. The ALUMIAR market has won credibility among community as place to find local products and fresh food with great variety. In addition, the market strengthens the associativism, to improve local culture and also provides the exchange of knowledge through workshops and personal relationship between merchants and consumers. The majority of stallholders have a high level of education and an urban culture, I believe these characteristics have contributed to a good management of the market, with well-defined principles of work. However, I think is important improve meetings and dialogue among participants of ALUMIAR. The result of research pointed out that the place of the market is suitable for more than 75% of surveyed. But, the research also showed that are important to amend the structure of the market, mainly regarding cleanliness, the frame of tents and toilets for sellers and consumers. Regarding the profile of consumers, residents and tourists regularly frequent the market and they ask for increase the diversity of products and services. The study also identified a relationship of trust between merchants and consumers, despite the biologic certification of products remains important to 77% of consumers surveyed. I would like to note that I helped the leadership of ALUMIAR to elaborate the operating rules of the market, and in this way I have contributed to a better organization, especially regarding compliance of schedules, financial contributions and selection of new stallholders. Finally, I remark the ALUMIAR market plays an important role in the community as a collective space of construction and promotion of agroecology in Nova Friburgo.

Keywords: Short circuits; Organic agriculture; Associativism

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Município de Nova Friburgo. Fonte: Wikipedia, 2018.....	21
Figura 2: Divisão política de Nova Friburgo. Fonte: Distritos - NF, 2018.	21
Figura 3: Percentual de feirantes por categoria de comercialização. Fonte: dados da pesquisa.	35
Figura 4: Produtos da categoria agricultura. Foto: Flávia Machado	35
Figura 5: Produtos da categoria alimentação saudável. Foto: Flávia Machado	36
Figura 6: Produtos da categoria artesanato. Foto: Flávia Machado.....	37
Figura 7: Produtos da categoria bem estar e saúde. Foto: Flávia Machado	37
Figura 8: Propaganda da Feira mostrando toda a sua diversidade. Fonte: Flávia Machado	38
Figura 9: Escolaridade dos entrevistados. Fonte: dados da pesquisa	40
Figura 10: Faturamento médio semanal em reais (R\$). Fonte: dados da pesquisa.....	41
Figura 11: Percentual de contribuição da feira na renda familiar. Fonte: dados da pesquisa...	42
Figura 12: Avaliação da estrutura da Feira. Fonte: dados da pesquisa.....	44
Figura 13: Atividade cultural de jongo na Feira. Foto: Flávia Machado.....	47
Figura 14: Divisão dos consumidores por sexo. Fonte: dados da pesquisa.	48
Figura 15: Nível de escolaridade dos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.	49
Figura 16: Renda familiar dos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.	50
Figura 17: Origem dos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.....	51
Figura 18: Local de moradia dos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.	51
Figura 19: Frequência dos turistas na Feira. Fonte: dados da pesquisa.	52
Figura 20: Produtos mais procurados pelos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.	53
Figura 21: Importância da certificação orgânica pelos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.	54

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Caracterização geral da Feira.....	33
--	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	1
2. REVISÃO DE LITERATURA	6
2.1. Crítica a Agricultura Moderna	6
2.2. Agroecologia	8
2.3. Agricultura Familiar	10
2.4. Agricultura Orgânica X Agroecologia	11
2.5. Legislação da Agricultura Orgânica	14
2.6. Comercialização, feiras livres e circuitos agroalimentares	16
2.7. Agricultura familiar na Região Serrana Fluminense	20
2.8. O papel das Associações rurais	26
3. MATERIAL E MÉTODOS	27
3.1. Caracterização do objeto de estudo	28
3.2. Levantamentos de dados secundários	30
3.3. Caracterização da Feira	31
3.4. Entrevistas	31
3.4.1. Perfil socioeconômico e produtivo dos feirantes	31
3.4.2. Perfil socioeconômico e comportamento dos consumidores	31
3.5. Introdução do relatório de comercialização	32
3.6. Construção do Regimento Interno da Feira	32
3.7. Levantamento das Atividades realizadas pela Associação ALUMIAR	32
3.8. Análise e apresentação dos dados	32
4. RESULTADOS E DISCUSSÃO	33
4.1. Caracterização da Feira ALUMIAR	33
4.2. Entrevistas	38
4.2.1. Perfil socioeconômico e produtivo dos feirantes	38
4.2.2. Perfil socioeconômico e comportamento dos consumidores	48
4.3. Introdução ao relatório de comercialização	56
4.4. Construção do Regimento Interno da Feira	56
4.5. Levantamento das Atividades realizadas pela ALUMIAR	58

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
6. REFÊRENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	64
7. ANEXOS	69
7.1. Anexo A - Caracterização geral da feira (estrutura e funcionamento).....	69
7.2. Anexo B - Perfil sócio-econômico e produtivo dos feirantes da Feira ALUMIAR.....	70
7.3. Anexo C - Perfil dos Consumidores da Feira.....	72
7.4. Anexo D - Relatório de Comercialização.....	73
7.5. Anexo E - Regimento da Feira	74

1. INTRODUÇÃO

A palavra feira deriva do latim feria, que significa dia de festa, sendo utilizada para designar o local escolhido para efetivação de transações de mercado em dias fixos e horários determinados (Sales et al., 2011).

A comunidade de Lumiar pertence ao 5º distrito do município de Nova Friburgo, Região Serrana do Estado do Rio de Janeiro. Este distrito se localiza a aproximadamente 40 km do centro de Nova Friburgo, e foi fundado com a vinda de imigrantes europeus suíços a partir de 1820, resultado do primeiro projeto oficial de colonização europeia no Brasil contratado pelo governo português¹ (HOLZER, 2015).

Atualmente as principais atividades econômicas da região do Distrito de Lumiar estão baseadas na agricultura familiar², no turismo e na confecção de moda íntima. Esta região sofreu diversas mudanças no modelo agrícola, primeiramente com a adoção das técnicas trazidas pela Revolução Verde². Na década de 1980, com a intensificação do turismo e a comercialização da produção agrícola para o mercado atacadista, principalmente da Região

¹ Na segunda década do século XIX, Dom João efetivou o primeiro projeto oficial de colonização com imigrantes europeus não portugueses. Em 1819 os primeiros 1631 imigrantes, originários da Suíça, desembarcaram no porto do Rio de Janeiro, sendo logo encaminhados ao núcleo de residências construído para abrigá-los na fazenda Morro Queimado, dando origem ao município de Nova Friburgo. Em 1824 viriam a somar-se a estes uma nova leva de migrantes, desta vez, alemães. Pelas dificuldades encontradas por estas levas de migrantes na região em que foram alocados, com topografia extremamente acidentada, dificultando a agricultura e a comunicação entre os lotes e os centros urbanos, além da ausência de uma administração eficaz, muitos partiriam em busca de terras melhores. Dessa dispersão resultou a ocupação da região que hoje é formada pelos distritos de Lumiar e São Pedro da Serra (NICOLIN, 1995; CURIÓ, 1974 apud CARNEIRO e PALM, 2016).

² A agricultura familiar tem a gestão da propriedade compartilhada pela família e a atividade produtiva agropecuária é a principal fonte geradora de renda. Além disso, o agricultor familiar tem uma relação particular com a terra, seu local de trabalho e moradia. A diversidade produtiva também é uma característica marcante desse setor. Conforme a Lei nº 11.326/2006, é considerado agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, possui área de até quatro módulos fiscais, mão de obra da própria família, renda familiar vinculada ao próprio estabelecimento e gerenciamento do estabelecimento ou empreendimento pela própria família. Também são considerados agricultores familiares: silvicultores, aqüicultores, extrativistas, pescadores, indígenas, quilombolas e assentados da reforma agrária (MDA, 2016).

² A partir dos anos 1960, a Revolução Verde desenvolveu-se amplamente baseada na seleção de variedades de alto rendimento, numa ampla utilização de fertilizantes químicos e agrotóxicos, um eficaz controle da água de irrigação e da drenagem, além da mecanização. No entanto esse paradigma foi adotado pelos agricultores que eram capazes de adquirir esses novos meios de produção. Em muitos países, como no caso brasileiro, os poderes públicos favoreceram intensamente a difusão dessa revolução comandando políticas de incentivo aos preços agrícolas, de subvenções aos insumos, de bonificação dos juros de empréstimo e de investimentos em infraestruturas de irrigação, drenagem e transporte (MAZOYER e ROUDART, 2010). É importante ressaltar que o pacote tecnológico da Revolução Verde encontrou limites à sua difusão, na região de Lumiar, especialmente pelas características topográficas da região o que dificultou a mecanização, contribuindo para a manutenção de uma agricultura de pequeno porte e menos devastadora do meio ambiente (CARNEIRO e PALM, 2016).

Metropolitana da cidade do Rio de Janeiro modificou a estrutura agrícola e sociocultural local que eram baseadas na agricultura familiar³, trazendo novas dinâmicas sócio econômicas ao meio rural, e deste modo muitos agricultores mudaram de atividade ou conciliaram a agricultura com outras atividades na chamada pluriatividade. O turismo contribuiu para transformações no distrito de Lumiar, acarretando um aumento da especulação imobiliária das propriedades rurais. Além disso, os turistas também introduziram ideais preservacionistas contrários as práticas tradicionais da agricultura na região – como a queima e o pousio - aumentando as denúncias aos órgãos ambientais. O crescimento da demanda de empregos na construção civil, comércio local e nas pousadas resultou ainda que muitos agricultores passassem a se dedicar não somente a atividades agrícolas, mas também outras atividades comerciais e de serviço.

A dificuldade de comercialização é uma realidade para os agricultores da região, pois muitos ficaram dependentes dos —atravessadores‖ que oferecem baixa remuneração da produção. Outra dificuldade que os agricultores enfrentam com esse modo de comercialização é que ficam dependentes de poucas culturas agrícolas, aumentando as chances de prejuízos nas lavouras, pelo baixo preço das mercadorias no auge da safra ou pela maior incidência de pragas e doenças.

Em contraposição à lógica dos circuitos longos de comercialização e consumo, com a compra em grandes redes de supermercado, os canais de venda direta garantem ao consumidor o consumo de produtos com qualidade a preços mais acessíveis, e aos agricultores uma maior renda e qualidade de vida. Dentre esses, destacam-se as feiras livres que se originaram das formas mais antigas de comercialização de produtos agrícolas, tendo até hoje um importante papel econômico, social e cultural. Deste modo, quando compreendida como um empreendimento social, este tipo de comercialização se torna um forte instrumento de políticas públicas e um grande gerador de emprego e renda para as localidades.

As feiras livres na grande maioria das vezes são formadas por produtos oriundos da agricultura familiar, contribuindo para a oferta de produtos com variedade e qualidade da produção (alimentos frescos, adaptados a cultura local, produzidos de maneira artesanal e em pequena escala), e que possuem uma relação de confiança e amizade com os consumidores. As feiras livres existem desde o tempo do Brasil colônia, e mesmo com o desenvolvimento

³ A agricultura familiar da região era bem diversificada, e baseada principalmente na produção para o consumo próprio das famílias ou trocas internas, a exemplo do feijão, mandioca, hortaliças e a criação de animais. Os principais produtos voltados para a comercialização aos centros urbanos eram o inhame, banana, batata baroa e couve flor.

global, elas ainda permanecem ativas, seja nas grandes ou pequenas cidades onde representam o principal e, às vezes o único local de comercialização da produção local. Desse modo, um grupo de agricultores, processadores, artesãos, simpatizantes, consumidores e amigos, moradores de Lumiar pensaram em uma alternativa para a comercialização. Atualmente, nessa comunidade acontece a Feira ALUMIAR, que é uma iniciativa da Associação Agroecológica e Agricultura Familiar de Lumiar e Arredores-ALUMIAR.

A Associação ALUMIAR foi fundada a partir de uma iniciativa dos próprios associados para viabilizar a gestão e organização da Feira ALUMIAR, sendo condição para atuar como feirante ser associado à organização. É importante ressaltar que durante a sua fundação o grupo recebeu apoio da Secretária Municipal de Agricultura e Desenvolvimento Rural de Nova Friburgo, contribuindo no esclarecimento sobre o papel e objetivos de uma associação, bem como o procedimento legal para sua formação. Porém, posteriormente não recebeu apoio direto de políticas públicas e apoio de órgãos do governo ou outras entidades.

Criada em 2016, a ALUMIAR tem por objetivos desenvolver e promover empreendimentos que tenham como princípio a agroecologia, divulgando, incentivando e exaltando a importância da conservação do meio ambiente, o desenvolvimento sustentável local e regional, a experimentação de novos modelos socioprodutivos baseados em sistemas alternativos de produção, comércio, geração de trabalho, renda e crédito por meio de ações, estudos, pesquisas e desenvolvimento de tecnologias alternativas e inovadoras.

Desde a sua inauguração em abril de 2016, já foram realizadas mais de 100 Feiras, que é a principal atividade da Associação ALUMIAR que também contribui para promover a arte e cultura local. A Feira se tornou um ponto de encontro em todos os domingos pela manhã, valorizando a Praça Eugenio Gustavo Brust, que não era utilizada, e atualmente se tornou um espaço de convivência e intercâmbio entre moradores de Lumiar e visitantes, bem como prestação de serviço de utilidade pública para a comunidade.

A Feira ALUMIAR apresenta quatro categorias de produtos: i. Alimentação saudável; ii. Agricultura - agroecológicos e em transição; iii. Artesanato; e iv. Bem-estar e saúde. Atualmente conta com aproximadamente 12 barracas e 23 expositores/feirantes, pois algumas barracas são divididas entre os expositores/feirantes.

Por ser um empreendimento que se iniciou há pouco tempo, ainda haviam poucas informações documentadas sobre a experiência, e a Associação ALUMIAR e a Feira necessitam ainda se estruturar e se organizar para alcançar mais plenamente seus objetivos. As associações são entidades sem fins lucrativos criadas para prestar serviços aos seus

associados, e tem por finalidade a promoção da assistência social, educacional, cultural, representação política, e defesa de interesses de classe. A associação é adequada para levar adiante uma atividade social e pode ser possível construir estratégias de comercialização coletivas em canais de venda direta ao consumidor, que cada vez mais vem sendo reconhecidas como chave na reprodução de pequenos agricultores.

Nesse sentido, a Feira ALUMIAR é uma estratégia coletiva e se constitui numa alternativa para viabilizar as atividades econômicas dos associados, proporcionando um espaço para a comercialização de bens e serviços, sendo fundamental para o fortalecimento dos agricultores. Como a Feira ALUMIAR foi estruturada e qual é o perfil socioeconômico e produtivo dos feirantes e consumidores? Como a Feira contribuiu ou pode contribuir para o fortalecimento da ALUMIAR? Estes são os questionamentos que norteiam a pesquisa e contribuíram para se refletir sobre a metodologia utilizada. A Feira ALUMIAR tem um papel importante para o desenvolvimento da comunidade, mas é necessário entender melhor sua estrutura e funcionamento, bem como o perfil dos feirantes e consumidores, pois até o momento não foi realizada uma pesquisa sobre essa atividade, e o estudo pode contribuir para a organicidade desse espaço.

Uma questão importante a ser discutida é a avaliação da conformidade orgânica, que atualmente não acontece na Feira, e é fundamental esta discussão quando temos como objetivo uma Feira Agroecológica. É necessário refletir também se há entendimento sobre os princípios da Agroecologia entre todos os feirantes, ou se isso fica restrito apenas a um pequeno grupo. O presente estudo é fundamentado no referencial teórico, que traz ferramentas para se discutir as principais questões abordadas na pesquisa, iniciando com uma discussão sobre o paradigma da agricultura moderna, e o debate atual da agroecologia, a regulamentação da agricultura orgânica, o resgate histórico sobre feiras e a discussão sobre circuitos curtos de comercialização, e ainda apresenta a agricultura no município de Nova Friburgo.

A pesquisadora tem uma íntima relação com o grupo de feirantes, pois atualmente participa da diretoria da associação, é expositora/feirante, o que garante importante renda para sua família, além de prestar assistência técnica para os agricultores da Associação quando necessário. Sendo assim, isto justifica o interesse da pesquisadora em realizar este estudo e contribuir com a organização, estruturação e funcionamento da Feira.

O objetivo geral deste trabalho é caracterizar e analisar a estrutura de funcionamento da Feira ALUMIAR, realizada em Lumiar, 5º Distrito de Nova Friburgo (RJ), organizada e administrada pela Associação ALUMIAR – Associação Agroecológica e Agricultura Familiar

de Lumiar e Arredores. Entre os objetivos específicos estão: caracterizar a estrutura e o funcionamento da Feira ALUMIAR; pesquisar o perfil socioeconômico dos feirantes e dos consumidores; elaborar e implementar o relatório de comercialização pelos feirantes; analisar a oferta e comercialização de produtos na Feira; contribuir para a construção de um regimento interno da Feira e; realizar o levantamento das atividades realizadas pela Associação ALUMIAR- Associação Agroecológica e Agricultura Familiar de Lumiar e Arredores.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Crítica a Agricultura Moderna

O atual modelo de agricultura convencional é fundamentado na grande dependência de recursos não renováveis, o que é insustentável ao longo do tempo. Além disso, este modelo tem sido responsável por crescentes danos ambientais e pelo aumento das diferenças socioeconômicas no meio rural. Portanto, uma mudança de paradigma torna-se imprescindível para a preservação da própria espécie humana, buscando-se estilos de desenvolvimento rural e de agricultura que assegurem sustentabilidade ecológica e equidade social (CAPORAL e COSTABEBER, 2002).

Ao longo do século XX ocorreram expressivas transformações na agricultura mundial. A modernização da agricultura levou a uma agricultura com produção em larga escala para a exportação, com o uso de insumos químicos, onde a agricultura convencional atualmente tem um papel fundamental na economia mundial. A Revolução Verde, introduzida no início de 1960 no Brasil, durante o regime militar veio como uma promessa do aumento da produção agrícola e conseqüentemente a solução do problema da fome, porém manteve um sistema fundiário de concentração de terra e exclusão das populações rurais tradicionais. Sendo assim, foi promovida uma política de subsídios fiscais e financiamento, direcionada à agroindústria, privilegiando os setores oligárquicos da sociedade e as grandes e médias empresas agrícolas, com o objetivo de atender aos interesses produtivos do grande latifúndio e do setor empresarial que representava o capital internacional, os quais passaram a comercializar a sua produção com o mercado externo (MACHADO e MACHADO FILHO, 2010).

Este modelo de produção agrícola tinha como principal ferramenta pacotes tecnológicos, com três características principais: a mecanização da agricultura, o uso de insumos químicos e a monocultura. Podemos citar ainda que —O lado doloroso desta modernização não foi, é claro, sofrido pela elite rural, mas pelos agricultores familiares e pelos assalariados agrícolas (WEID, 2002). Sendo assim este modelo aumentou os problemas sociais brasileiros, e, além disso, aprofundou a crise do desemprego no campo e o êxodo rural. Portanto a política implementada colaborou para promover ainda mais a desigualdade no campo, aumentando a concentração de riqueza dos grandes proprietários rurais. De tal modo que o produtor de pequena e média escala, sem uma política agrícola e econômica voltada às suas necessidades e interesses não tiveram condições de concorrer com o produtor de grande

escala, e assim sendo excluído e deixado à margem da modernização (MACHADO e MACHADO FILHO 2010).

De acordo com Altieri (2002) este modelo de produção serviu para marginalizar os agricultores mais pobres, primeiramente por que os recursos foram direcionados aos agricultores mais capitalizados, segundo por que o acesso a terra foi prejudicado e as culturas agrícolas ficaram mais vulneráveis a pragas e doenças.

O meio ambiente sofreu diversos danos na Revolução Verde, tanto na perda da biodiversidade animal e vegetal pelo desmatamento, destruição dos remanescentes florestais e mananciais hídricos, erosão e perda da fertilidade dos solos levando à degradação dos ecossistemas. O uso abusivo de fertilizantes, herbicidas e inseticidas também causou e causa danos diretos e indiretos à saúde humana, tais como problemas neurológicos, reprodutivos, de regulação hormonal e câncer.

Esse modelo de agricultura ameaça a capacidade dos países de alimentar sua população com alimentos majoritariamente oriundos de sua própria agricultura, ou seja, ameaça os princípios da soberania alimentar⁴ (MACHADO e MACHADO FILHO, 2010). A especulação agrícola cada vez tem se expandido mais, acelerando os processos de degradação dos ecossistemas com a expansão da produção desde os últimos remanescentes da Mata Atlântica, espalhando-se pelo Cerrado e penetrando na Floresta Amazônica (WEID, 2002).

As críticas à agricultura convencional promoveram desde as décadas de 1960 e 1970, reflexões sobre sistemas diferentes de produção agrícola, criando paradigmas que buscavam alternativas produtivas que fossem ecologicamente corretas e socialmente justas. Como podemos exemplificar a seguir:

(...) o uso irrefreável de recursos naturais e energéticos demandados pelo modelo da Revolução Verde, dilapidando recursos não renováveis como se fossem ilimitados, passou a encontrar um numeroso contingente de críticos, incentivando a

⁴ —O direito dos povos de definir suas próprias políticas e estratégias sustentáveis de produção, distribuição e consumo de alimentos que garantam o direito a alimentação para toda a população com base na pequena e média produção, respeitando suas próprias culturas e a diversidade de modos camponeses, pesqueiros e indígenas de produção agropecuária, de comercialização e de gestão dos espaços rurais, nos quais a mulher desempenha um papel fundamental. A soberania alimentar favorece a soberania econômica, política e cultural dos povos. Defender a soberania alimentar é reconhecer uma agricultura com camponeses, indígenas e comunidades pesqueiras, vinculadas ao território; prioritariamente orientada a satisfação das necessidades dos mercados locais e nacionais.(...) (Declaração final do Fórum Mundial de Soberania Alimentar, assinada pela Via Campesina, Havana, Cuba/2001, citada por Campos, 2006). Para Maluf (2007) a Soberania Alimentar é um princípio que qualifica um objetivo de ações e políticas públicas, entre elas a Segurança Alimentar e Nutricional. É importante ressaltar que as políticas adotadas para implementar a Soberania Alimentar num determinado país não podem comprometer a soberania de outros países.

apresentação de propostas alternativas de organização tecnológica dos sistemas produtivos agrícolas (ALTIERI, 1998).

Desse modo surgiram, no Brasil e no mundo, movimentos de agricultura alternativa, que iam contra o uso abusivo de insumos agrícolas, tais como os fertilizantes químicos, agrotóxico, e as sementes melhoradas geneticamente, e que valorizassem o conhecimento tradicional e que fortalecem a agricultura familiar produtora de alimentos. Estes movimentos deveriam romper com o modelo de produção convencional e que modelos agrícolas priorizassem a importância das interações ecológicas para a produção agrícola. Neste contexto surgem diversas correntes que debatem modos de produção considerados economicamente, socialmente e ambientalmente sustentáveis, como por exemplo, a Agroecologia.

2.2. Agroecologia

De acordo com Assis (2006), a Agroecologia⁵ surge como uma ciência no final ⁷da década de 1970, como forma de constituir uma base teórica para diferentes movimentos de agricultura alternativa que então ganhavam força com os sinais de falência da agricultura moderna. Embora seja um termo que surgiu junto às diferentes correntes da agricultura alternativa, não deve ser percebida apenas como uma prática agrícola. É uma ciência que busca a compreensão do funcionamento de agroecossistemas complexos, apoiadas nas diferentes interações presentes nestes, tendo como princípio a conservação e a ampliação da biodiversidade dos sistemas agrícolas como base para produzir autoregulação e consequentemente sustentabilidade (ASSIS, 2006).

A agroecologia é um campo de conhecimento transdisciplinar que possui os princípios teóricos e metodológicos básicos para possibilitar o desenho e o manejo de agroecossistemas sustentáveis e, portanto, contribuir para a conservação da agrobiodiversidade e da biodiversidade em geral, assim como dos demais recursos naturais e meios de vida (EMBRAPA, 2006).

Uma das particularidades marcantes deste novo paradigma é o englobamento das questões sociais, juntando-as às questões técnico-científicas e ambientais. Seu sentido ultrapassa o viés alternativo à agricultura convencional, porque inclui o ser humano como elemento central dos sistemas agrários.

⁵ De acordo com Assis (2006) citando Hecht (1989) o termo agroecologia começa a ser usado a partir do anos de 1970, mas sua ciência e prática tem a idade da própria agricultura.

De acordo com Caporal e Costabeber (2004), tem-se confundido a Agroecologia com um modelo de agricultura, com a adoção de determinadas práticas ou tecnologias agrícolas e até com a oferta de produtos —limpos ou ecológicos, em oposição àqueles característicos dos pacotes tecnológicos da Revolução Verde. Ainda de acordo com estes autores, a Agroecologia deve ser entendida como ciência que estabelece as bases para a construção de estilos de agriculturas sustentáveis e de estratégias de desenvolvimento rural sustentável, segundo a qual a produção agrícola precisa ser realizada tendo em vista as restrições do meio natural, além de atender critérios de viabilidade econômica e equidade social na distribuição dos benefícios e custos. Em termos práticos, implica em tecnologias ou processos de produção que garantam, ao mesmo tempo, a reprodução social e econômica dos agricultores, a produção de riqueza para a sociedade, preservação dos recursos naturais e a não poluição ambiental (LIMA, 2005).

De acordo com Altieri (1998), conceitua-se a Agroecologia em uma abordagem mais moderna, em que princípios sociais, ambientais e agronômicos se integram. Isso pode ser evidenciado na seguinte citação do autor: "trata-se de uma abordagem que integra os princípios agronômicos, ecológicos e socioeconômicos à compreensão e avaliação do efeito das tecnologias sobre os sistemas agrícolas e a sociedade como um todo" (ALTIERI, 1998).

Para Gliessman (2000) a Agroecologia é uma ciência que aplica conceitos e princípios ecológicos ao desenho e manejo de agroecossistemas sustentáveis, proporcionando o conhecimento e a metodologia necessários para desenvolver uma agricultura que é ambientalmente consistente, altamente produtiva e economicamente viável. Valoriza o conhecimento local e empírico dos agricultores, a socialização desse conhecimento e sua aplicação ao objetivo comum da sustentabilidade. Sendo assim, este autor ainda enfatiza:

(...) a agroecologia continua a fazer conexão entre fronteiras estabelecidas. Por um lado, a agroecologia é o estudo de processos econômicos e de agroecossistemas, por outro, é um agente para as mudanças sociais e ecológicas complexas que tenham necessidade de ocorrer no futuro a fim de levar a agricultura para uma base verdadeiramente sustentável (GLIESSMAN, 2005).

Sendo assim, apesar das muitas facetas e da existência de uma conexão entre a Agroecologia e as correntes de agriculturas alternativas, para Costabeber e Caporal (2002), esquecendo suas características principais, que além de um modelo de produção, é também uma prática ou tecnologia agrícola, uma política pública, um modo de vida e até movimento social. Muitos debates vêm acontecendo acerca destas correntes de pensamento, pois não se pode precisar até que ponto uma sobrepõem as outras, e o movimento agroecológico tem

ampliado suas reflexões em função desses questionamentos. Apesar de todo o debate teórico-conceitual, a agroecologia está embasada em três aspectos fundamentais:

(i) o Fortalecimento dos Trabalhadores Rurais (agricultores familiares, campesinato, comunidades tradicionais) e de seus conhecimentos tradicionais; (ii) a segurança alimentar e nutricional⁶, que segundo a FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação) significa —assegurar o acesso aos alimentos para todos e a todo o momento, em quantidade e qualidade suficientes para garantir uma vida saudável e ativa (in Costabeber e Caporal, 2003) e por fim, (iii) na Conservação da Biodiversidade, ou seja, no manejo dos recursos naturais de forma a conservar para gerações futuras.

Desse modo a Agroecologia se apresenta de forma a potencializar a produção da agricultura familiar, garantindo a Segurança Alimentar e Nutricional e contribuindo para a sustentabilidade do meio ambiente e a saúde do trabalhador.

2.3. Agricultura Familiar

É importante debater a importância de agricultura familiar quando falamos agricultura no Brasil, e conforme Denardi (2001) e Wilkinson (2000) o conceito de agricultura familiar é relativamente recente no Brasil, anteriormente se falava em pequena produção ou pequeno agricultor, e antes disso se utilizava o termo camponês⁷. A agricultura familiar inclui todas as atividades agrícolas de base familiar e está ligada a diversas áreas do desenvolvimento rural. De acordo com a Lei 11.326/ 2006 é considerado agricultor familiar e empreendedor familiar rural aquele que pratica atividades no meio rural, possui área de até quatro módulos fiscais,

⁶ Há diversas definições para o conceito de Segurança Alimentar e Nutricional (SAN), que lhe dão múltiplos significados. O fato de a noção de SAN incluir também objetivos de políticas públicas faz dela uma noção suscetível de distintas definições e meios para a sua concretização, sendo difícil uma compreensão única a respeito (MALUF, 2007). “*Segurança Alimentar e Nutricional é a realização do direito de todos ao acesso regular e permanente de alimentos em quantidade e qualidade suficiente, sem comprometer a atenção a outras necessidades essenciais, tendo como base práticas alimentares promotoras de saúde, que respeitem a diversidade cultural e que sejam social, econômica e ambientalmente sustentáveis*” (II Conferência Nacional de SAN. Olinda, 2004). Segundo Maluf (2007), é importante ressaltar que a formulação brasileira acrescentou o adjetivo —nutricionall ao termo, diferente do utilizado internacionalmente. Isto ocorreu no Brasil em virtude dos enfoques presentes na sua utilização, que são o socioeconômico, e o da saúde e nutrição. Outro fator a ser observado é que Segurança Alimentar e Nutricional possui dois enfoques em uma mesma noção, a de disponibilidade de alimentos e a qualidade dos mesmos.

⁷ O camponês tradicional não tem propriamente uma profissão; é o seu modo de vida que articula as múltiplas dimensões de suas atividades. A modernização o transforma num agricultor, profissão, sem dúvida, multidimensional, mas que pode ser aprendida em escolas especializadas e com os especialistas dos serviços de assistência técnica. O saber tradicional dos camponeses, passado de geração em geração, não é mais suficiente para orientar o comportamento econômico. O exercício da atividade agrícola exige cada vez mais o domínio de conhecimentos técnicos necessários ao trabalho com plantas, animais e máquinas e o controle de sua gestão por meio de uma nova contabilidade (WANDERLEY, 2003).

mão de obra da própria família, renda familiar vinculada ao próprio estabelecimento e gerenciamento do estabelecimento ou empreendimento pela própria família. Também são considerados agricultores familiares: silvicultores, aquicultores, extrativistas, pescadores, indígenas, quilombolas e assentados da reforma agrária. Em outra definição a agricultura familiar consiste em um meio de organização das produções agrícola, florestal, pesqueira, pastoril e aquícola que são gerenciadas e operadas por uma família e predominantemente dependente de mão-de-obra familiar, tanto de mulheres quanto de homens (FAO, 2014).

Tanto em países desenvolvidos quanto em países em desenvolvimento, a agricultura familiar é a forma predominante de agricultura no setor de produção de alimentos. Uma das definições de agricultura familiar compreende o tamanho da propriedade rural, atualmente são consideradas áreas de até 4 módulos fiscais, que variam de acordo com o município, no caso de Nova Friburgo, município que é investigado neste estudo, o módulo fiscal compreende 10 hectares.

De acordo com o Censo Agropecuário de 2006, a agricultura familiar compõe a base econômica de 90% dos municípios brasileiros com até 20 mil habitantes. E abrange 40% da população economicamente ativa do país. A agricultura familiar é fundamental pela produção de alimentos sendo responsável por 87% da produção de mandioca, 70% da produção do feijão, 46% do milho, 38% do café, 34% do arroz e 21% do trigo do Brasil. Na pecuária, é responsável por 60% da produção de leite, além de 59% do rebanho suíno, 50% das aves e 30% dos bovinos do país. O setor também emprega 74% das pessoas ocupadas no campo, de 10 postos de trabalho no meio rural, sete são de agricultores familiares. Segundo o Ministério do Desenvolvimento Social (MDS), agricultura familiar é responsável por garantir a segurança alimentar e a erradicação da fome no Brasil, onde 70% dos alimentos que chegam à mesa da população são produzidos pela agricultura familiar.

2.4. Agricultura Orgânica X Agroecologia

O termo orgânico é caracterizado como originário de "organismo", e significa que todas as atividades da propriedade agrícola (olericultura, fruticultura, floricultura, produção animal) são partes de um corpo dinâmico interagindo entre si baseados na expressão "organismo agrícola" (ASSIS 1998, apud FEIDEN, 2001). Agricultura orgânica é considerada por alguns autores apenas como sistemas de produção com base em um conjunto de sistemas que envolvam planta, o solo, as condições climáticas, tendo como objetivo a produção de alimento

sadio, e com sabor e suas características originais, e que não cause danos ao meio ambiente (FEIDEN, 2001).

De acordo com a Lei 10.831 de 23 de dezembro de 2003 o objetivo dos sistemas orgânico de produção é:

Os sistema orgânico de produção agropecuária todo aquele em que se adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente (LEI 10.831, 2003).

O conceito de sistema orgânico, conforme a Lei 10.831, é muito abrangente e considera todos os seguintes modelos: ecológico, biodinâmico, natural, regenerativo, biológico, agroecológicos, permacultura e outros que atendam os princípios estabelecidos por esta Lei.

Entretanto, pode-se observar que a agricultura orgânica enquanto uma prática agrícola se apresenta em dois aspectos importantes a serem apontados, a primeira como uma atividade empresarial norteadada pela lógica do capital com a produção de produtos para o mercado, e segunda com uma lógica de produção familiar que produz alimentos para o mercado interno (CANUTO, apud 1998b ASSIS, 2002).

Deve-se estar atento para este modelo de produção não seja simplificado e visto de forma minimalista, sendo muitas vezes criticada por ser uma simples substituição de insumo, e se dedicando apenas a prática da produção. É importante observar o que afirma Primavesi (1997) e Feidenet al., (2002) que classificaram a agricultura orgânica como —agricultura de produtos, pelas semelhanças com a agricultura convencional caracterizada por monocultivos e sistemas simplificados.

A ampliação do mercado de produtos orgânicos, comercializados a preços superiores aos convencionais, levou à necessidade de certificação e definição legal de normas mínimas para que um produto possa ser comercializado como orgânico. Sendo assim, com preços mais elevados os produtos orgânicos certificados vem aproximando muitos empreendedores, que tem como objetivo principal o lucro e não se preocupa com as questões ambientais (FEIDEN, 2001).

É importante ressaltar que apesar de terem origens em mesmos movimentos a agricultura orgânica e a agroecologia não devem ser vistas como um mesmo conceito. Sendo

assim, como foi demonstrada acima, a agricultura orgânica é uma prática agrícola condicionada a práticas tecnológicas e na inserção de mercado, onde os princípios da agroecologia devem ser respeitados em menor ou maior grau (ASSIS, 2002). Já a agroecologia é considerada uma ciência, com limites teóricos bem definidos, que considera o âmbito ambiental, social e econômico.

Embora ocorram muitas críticas a agricultura orgânica, muitos autores a indicam como uma perspectiva para a transição agroecológica, pois a primeira tem um papel importante em seus princípios ecológicos, nas práticas agrícolas e na aproximação do consumidor que o reconhece como um produto sustentável, e sendo assim a agroecologia pode-se apresentar como uma teoria que pode enriquecer o atual conceito de agricultura orgânica (ABREU et al., 2012).

O conceito de transição agroecológica, entendida como um processo gradual de transformação, que acontece através do tempo, nas formas de manejo dos agroecossistemas, que, na agricultura, tem como a mudança de um modelo convencional de produção a um modelo de produção que incorpore os princípios e tecnologias de base ecológica. Essa ideia de mudança se refere a um processo de evolução contínua e crescente no tempo, porém sem ter um momento final determinado. Porém, por se tratar de um processo social, isto é, por depender da intervenção humana, a transição agroecológica implica não somente na busca de uma maior racionalização econômico-produtiva, mas também numa mudança nas atitudes e valores dos atores sociais nas suas próprias relações e em relação ao manejo e conservação dos recursos naturais (FONSECA, et al., 2009).

Os principais passos para a transição agroecológica podem ser divididos em dois eixos de acordo com Fonseca, et al., (2009). O primeiro refere ações internas ao sistema produtivo: 1- Redução e racionalização do uso de insumos químicos e de práticas nocivas ao ambiente e ao homem. 2 - Substituição de insumos químicos pelos biológicos. 3 - Manejo da biodiversidade e redesenho dos sistemas produtivos, quando os agroecossistemas ganham complexidade. Já as ações externas ao sistema produtivo são: 1 - Expansão da consciência pública. 2 - Construção social dos mercados (novos canais de comercialização e de novas relações comerciais). 3 - Mudanças institucionais na pesquisa, ensino e extensão. 4 - Formulação de políticas públicas que favoreçam a elaboração de marco legal que considere as dimensões da sustentabilidade (FONSECA et al., 2009).

É importante ressaltar que a transição agroecologia não vai acontecer de forma linear, e vai ser influenciado pelas características locais ou regionais. Deve-se considerar o que afirma

Abreu et al., (2012) sobre a discussão de agricultura orgânica e agroecologia, que não deve ser realizada de forma polarizada, anulando ou excluindo algum dos modelos, são duas correntes teóricas que contribuem para o debate científico e para os sistemas de produção, embasando e contribuindo para a formulação de políticas públicas.

2.5. Legislação da Agricultura Orgânica

As discussões e primeiros debates da agricultura orgânica ocorrem no Brasil, a partir da década de 1970, com a organização de produtores, consumidores e técnicos. A partir de 1994 se iniciam as discussões sobre a regularização da agricultura orgânica, seguindo uma tendência mundial, produto da organização da sociedade civil e poder executivo (FONSECA et al., 2009). O marco nessa discussão foi a publicação da Instrução Normativa 007\99 do MAPA que reconheceu oficialmente a agricultura orgânica (BRASIL, 1999).

Desde 1996 a Lei tramitava no Congresso Nacional, mas a partir de 2002 houve a participação democrática de representantes do setor, organizações públicas e privadas o que acelerou o processo de aprovação (FONSECA et al., 2009).

De acordo com o trabalho de Fonseca et al., (2009) em dezembro de 2003 foi publicada a Lei 10.831, que define e regulamenta as condições obrigatórias para a produção e comercialização de produtos da agricultura orgânica. Os objetivos e estratégias dos sistemas orgânicos de produção são:

- a oferta de produtos saudáveis isentos de contaminantes intencionais;
- I – a preservação da diversidade biológica dos ecossistemas naturais e a recomposição ou incremento da diversidade biológica dos ecossistemas modificados em que se insere o sistema de produção;
- II – incrementar a atividade biológica do solo;
- III – promover um uso saudável do solo, da água e do ar, e reduzir ao mínimo todas as formas de contaminação desses elementos que possam resultar das práticas agrícolas;
- IV – manter ou incrementar a fertilidade do solo a longo prazo;
- V – a reciclagem de resíduos de origem orgânica, reduzindo ao mínimo o emprego de recursos não-renováveis;

- VI – basear-se em recursos renováveis e em sistemas agrícolas organizados localmente;
- VII – incentivar a integração entre os diferentes segmentos da cadeia produtiva e de consumo de produtos orgânicos e a regionalização da produção e comércio desses produtos;
- VIII – manipular os produtos agrícolas com base no uso de métodos de elaboração cuidadosos, com o propósito de manter a integridade orgânica e as qualidades vitais do produto em todas as etapas (BRASIL, 2003).

De acordo com estes autores em março de 2004, foi criada a Câmara Setorial de Agricultura Orgânica (CSAO) como órgão consultivo de apoio às políticas públicas do MAPA e é formada por membros do governo e da sociedade civil. Em 2008, a CSAO passa a ser chamada de Câmara Técnica da Agricultura Orgânica (CTAO) e muda suas representações. (FONSECA et al., 2009).

São formadas também partir de 2007 as Comissões de Produção Orgânica –CPOrg que são fóruns compostos por representantes de segmentos da rede de produção orgânica dos estados e do Distrito Federal, formados, paritariamente, por entidades governamentais e não governamentais. As CPOrg estaduais reúne-se regularmente e tem várias atribuições definidas na Instrução Normativa nº 13 de 28 de maio de 2015, como, por exemplo, coordenar ações e projetos de fomento à produção orgânica; sugerir adequação das normas de produção e controle da qualidade orgânica; auxiliar na fiscalização, pelo controle social; e propor políticas públicas para desenvolvimento da produção orgânica.

A Lei 10.831/2003, seguido pelo decreto 6.323/2007, instituiu a avaliação da conformidade dos produtos orgânicos se tornando obrigatória para todos os produtos orgânicos produzidos e comercializados no Brasil, e a identificação pelo uso do selo oficial do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica - SisOrg.

Ainda são publicadas pelo meio do Regulamento Técnico para os Sistemas Orgânicos de Produção Animal e Vegetal, que lista o uso de substâncias e práticas permitidas nos Sistemas Orgânicos de Produção através da Instrução Normativa Nº46/2011/MAPA e a Instrução Normativa Nº 17/2014/MAPA.

A avaliação da conformidade da produção orgânica pode ser realizada de três formas: certificação por auditoria; por sistema participativo de garantia; e pelo controle social na venda direta. Os mecanismos de controle que atribuem o selo aos produtos são a Certificação por Auditoria e o Sistema Participativo de Garantia. A exceção a essa obrigatoriedade

também é controlada através do mecanismo denominado Controle Social na Venda Direta aos Consumidores. Nesse caso, os agricultores familiares devem estar vinculados a uma Organização de Controle Social – OCS cadastrada junto a um órgão governamental fiscalizador. O Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica - SisOrg é integrado por órgãos e entidades da administração pública federal e pelos Organismos de Avaliação da Conformidade Orgânica – OACs cadastrados no MAPA. Os Organismos de Avaliação da Conformidade Orgânica – OACs são as entidades avaliadoras da conformidade da produção orgânica, que podem, pela legislação brasileira, ser de direito público ou privado e responsáveis por garantir a qualidade orgânica da produção (BRASIL, 2003).

2.6. Comercialização, feiras livres e circuitos agroalimentares

Mais do que um espaço de comercialização, configurase como um espaço simbólico de encontro, onde laços de confiança e amizade passam a ser concretizados entre as partes (PALM, 2013).

No Brasil a agricultura familiar é responsável pela geração de mais de 80% da ocupação das áreas rurais do país, passando a ser o setor que gera mais emprego no campo (por 7 de cada 10 empregos) e por cerca de 40% da produção agrícola que é direcionada a mesa da população brasileira. Atualmente a maior parte dos alimentos que abastecem a mesa dos brasileiros vem das pequenas propriedades. A agricultura familiar favorece emprego de práticas produtivas ecologicamente mais equilibradas, como a diversificação de cultivo, o menor uso de insumos industriais e a preservação do patrimônio genético. Em 2009 cerca de 60% dos alimentos que compuseram a cesta alimentar brasileira era oriundo da Agricultura Familiar (EMBRAPA 2014). Os sistemas alimentares sofreram grandes transformações no último século com a agroindustrialização alimentar, e também no avanço na conservação dos alimentos e modo de distribuição e transporte de alimentos (AMEMIYA, 2011 apud DAROLT, 2013). Com as mudanças no modelo de agricultura, e diminuição da diversidade produtiva e as monoculturas, contribuíram para os agricultores trabalhem para abastecer as grandes redes de agroindústrias (DAROLT, 2013).

De acordo com Santos et al. (2014), os principais canais de comercialização dos produtos da Agricultura Familiar podem ser classificados em: venda direta ao consumidor, integração vertical com o agronegócio processador, vendas para o setor de distribuição. Entende-se por vendas diretas: todas as operações de entrega direta do produto pelo produtor

ao consumidor final tais como, entregas em domicílio, feiras livres, feiras especializadas e eventos comerciais promocionais, lojas de produtores, vendas na propriedade e os mercados institucionais, um exemplo são os mercados criados pelo Programa de Aquisição de Alimentos da Agricultura Familiar (PAA, Lei nº 10.696 de 2 de julho de 2003; na integração vertical ocorre venda de produtos como matéria prima para beneficiamento pelo comprador (leite, fumo, tomate, suínos e aves, etc.); e por último as vendas para distribuição que são atacadistas, varejistas, distribuidores, restaurantes, lojas especializadas de agricultura orgânica e produtos naturais, supermercados e hipermercados, exportação. Portanto, a escolha do canal de distribuição para a venda dos produtos, pelos agricultores familiares, passa a ser, um dos principais elementos da estratégia de comercialização (SANTOS et al., 2014).

De acordo com Darolt (2013), a concentração da população nas cidades e o êxodo rural criaram um distanciamento entre o campo e a cidade, e foi criado um modelo de distribuição de alimentos considerado moderno, baseado em grandes redes de supermercado, a partir de circuitos longos que afastam produtores e consumidores. Com o crescimento da agricultura orgânica a partir da década de 1990, a sua comercialização ficou dominada pelos grandes supermercados em relação aos modelos alternativos de comercialização (GUIVANT, 2003).

O Brasil apresenta-se entre os que possuem maior volume de produção orgânica no mundo, de acordo com o relatório *The World Organic Agriculture* (FIBL/INFOAM, 2010 apud IPD ORGÂNICOS, 2011). Segundo dados do Censo Agropecuário 2006, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o Brasil conta com 4,93 milhões de hectares de área destinada ao cultivo de produtos orgânicos. Segundo levantamento feito pela Coordenação de Agroecologia (Coagre) da Secretaria de Desenvolvimento Agropecuário e Cooperativismo (SDC), vinculada ao Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), a área de produção orgânica no país pode ultrapassar os 750 mil hectares registrados em 2016, impulsionada, principalmente, pela agricultura familiar. Segundo a Coagre, houve um salto de 6.700 mil unidades (2013) para aproximadamente 15.700 (2016). Ou seja, em apenas três anos, foi registrado mais do que o dobro de crescimento deste tipo de plantio em solo brasileiro.

No Brasil apenas 35% dos produtos orgânicos são comercializados em feiras livres (KLUTH et al., 2010). Sendo assim, de acordo com Guivant (2003), as feiras de produtores ainda têm um papel secundário, mas juntamente com alternativas de comercialização, como compras coletivas, cestas orgânicas entregas em domicílio e compras pela internet passam a coexistir como novas estratégias de comercialização em circuitos curtos. Mas ainda são

necessários investimento nesses modelos de comercialização, apoiando agricultores para a venda em mercados locais e regionais, dando infraestrutura a circuitos curtos de comercialização.

No Brasil ainda não existe uma definição oficial sobre circuito curto (CC). O conceito é muito utilizado pelos representantes do setor agroalimentar na França, que define o termo como circuitos de comercialização que mobilizem no máximo um intermediário entre produtor e consumidor, de acordo com Chaffotte e Chiffolleau (2007) apud Darolt (2013):

Dois casos podem ser distinguidos: a venda direta (quando o produtor entrega em mãos próprias a mercadoria ao consumidor) e a venda via um único intermediário (que pode ser um outro produtor, uma cooperativa, uma associação, uma loja especializada, um restaurante ou até um pequeno supermercado local) CHAFFOTTE e CHIFFOLEAU 2007 apud DAROLT 2013.

A produção de base ecológica no Brasil tem tido bons resultados na comercialização em circuitos curtos por dois principais canais de venda, as feiras e os programas institucionais do governo. De acordo com Darolt (2013) tanto no Brasil como em outros países, as propriedades que vendem em circuitos curtos são na grande maioria das vezes de agricultura familiar, sendo a mão de obra familiar fundamental para estes processos, pois são vários os trabalhos, entre a produção, transformação e comercialização, tendo sempre como objetivo a diminuição de custos e a agregação de valor. Isto pode ser exemplificado a seguir:

As propriedades agroecológicas em circuitos curtos são mais diversificadas e trabalham simultaneamente com sistemas vegetais e animais integrados. Por um lado, isso é desejado, pois atende aos princípios agroecológicos, mas, por outro, torna o planejamento produtivo muito mais complexo. A gama de produtos é, em geral, diversificada, mesmo se algumas propriedades se especializam em determinados sistemas. Existe ainda uma tendência à diversificação em serviços desenvolvendo a pluriatividade da propriedade – agroturismo, gastronomia, lazer e descoberta; propriedades pedagógicas; alojamentos (DAROLT, 2013).

Outra característica importante a ser ressaltada é que os agricultores familiares que se dedicam a circuitos curtos de comercialização têm mais autonomia do que agricultores que dependem de circuitos longos. De acordo com Darolt e Constanty (2008), os agricultores que trabalham integrados com empresas têm menor autonomia na gestão, sendo o planejamento de produção e a comercialização realizada pelas empresas. Sendo assim o sistema de produção é simplificado e especializado em um ou dois produtos. É comum nesses casos uma repetição da lógica comercial e industrial utilizada em sistemas convencionais com a produção em grande escala. Para Mundler (2008) apud Darolt (2013), a combinação entre agricultura orgânica e circuitos curtos é favorável em diferentes dimensões como na economia local,

trazendo oportunidades de trabalho e de renda; na dimensão social com a aproximação de produtores e consumidores; e na dimensão ambiental, com a valorização da paisagem e dos recursos naturais (MUNDLER, 2008 apud DAROLT, 2013).

O fortalecimento de circuitos curtos de comercialização pode incentivar agricultores convencionais a adotarem a transição agroecológica, e também a certificação orgânica participativa de suas propriedades. Além de contribuírem para diversidade da produção, regularidade, qualidade, quantidade, bom preço e outras demandas dos consumidores (DAROLT, 2013). Sendo assim este mesmo autor afirma que para se criar um modelo alimentar ecologicamente correto será preciso reinventar os mercados locais apoiando os circuitos curtos, aproximar produtores e consumidores, e tornar os consumidores protagonistas e conscientes do seu futuro.

A origem das feiras livres, historicamente não pode ser datada, e se apresenta como as formas mais antigas de comercialização de produtos agrícolas. Estudos apontam que já ocorriam em 3.000 AC, no que atualmente é denominado de Oriente Médio, em locais fixos e dias determinados da semana. Entretanto sua real importância para o mundo ocidental se apresentara na Idade Média, onde, após o período das Cruzadas as feiras eram os mercados itinerantes aonde produtos exóticos e estrangeiros eram comercializados, juntamente com os produtos locais. A feira livre exerceu um papel fundamental na origem do dinheiro, na manutenção e crescimento do capitalismo e na origem das cidades (SALES et al., 2011). Cada vez mais as feiras livres têm se destacado na comercialização de produtos provenientes da agricultura familiar, em relação ao varejo tradicional por apresentar uma relação mais direta com o consumidor e uma maior geração de renda para os agricultores, dos produtos comercializados dessa forma. A relação direta entre o expositor/feirante e o consumidor permite a redução dos custos da comercialização, proporcionando que as feiras se apresentem como meios potencialmente mais eficientes de comercialização, além de favorecer uma aproximação e a troca de saberes entre os agricultores- agricultores e agricultores- consumidores (COELHO 2009).

Durante as últimas décadas foram realizados diversos estudos sobre a contaminação dos alimentos, nos modelos convencionais de produção pelo uso abusivo de agrotóxicos e fertilizantes químicos. De acordo com a Anvisa (2011), os agrotóxicos —são ingredientes ativos com elevado grau de toxicidade aguda comprovada e que causam problemas neurológicos, reprodutivos, de desregulação hormonal e câncer.

As feiras agroecológicas no Brasil apareceram como tática de divulgação e massificação dos produtos agroecológicos. Podem estar fundamentadas em princípios de economia solidária, com o objetivo de gerar renda aos agricultores familiares, além disso, proporcionar o acesso por parte dos consumidores ao alimento baseado nos princípios da segurança alimentar e nutricional. Portanto acredita-se que uma maior conscientização dos consumidores e um conseqüente aumento do consumo de alimentos e produtos produzidos em sistemas agroecológicos. Entretanto, alguns processos de comercialização baseados em feiras não conseguiram alcançar estes objetivos, como mostram as pesquisas realizadas em diversas regiões que apontam a tendência de elitização do consumo (MATOS FILHO, 2004).

A produção agroecológica e as feiras representam uma estratégia que objetiva além da conservação dos recursos naturais, através da produção de alimentos orgânicos, a melhoria na qualidade de vida, tanto do produtor quanto do consumidor que adquire esse tipo de produto.

Conforme Darolt (2007), os consumidores de produtos agroecológicos podem ser analisados essencialmente em dois grupos. Segundo o autor, o primeiro grupo se compõe dos consumidores das Feiras Orgânicas, e o segundo grupo reúne os consumidores de produtos orgânicos das redes de supermercados, tendo este último surgido mais recentemente. No Estado do Rio de Janeiro a comercialização e produção de produtos orgânicos estão intimamente ligadas à relação entre produtor-consumidor.

2.7. Agricultura familiar na Região Serrana Fluminense

Nova Friburgo é um município brasileiro do estado do Rio de Janeiro, Região Sudeste do país. Sua população em 2017 foi estimada em 185.381 habitantes (IBGE, 2017). Localizase na região serrana do estado com uma altitude média de 985 metros, e está distante 136 km da capital do estado. O município ocupa uma área de 933,414km² e é dividido nos distritos de Amparo, Campo do Coelho, Conselheiro Paulino, Mury Lumiar, Riograndina e São Pedro da Serra (Figuras 1 e 2).



Figura 1: Município de Nova Friburgo. Fonte: Wikipedia, 2018.

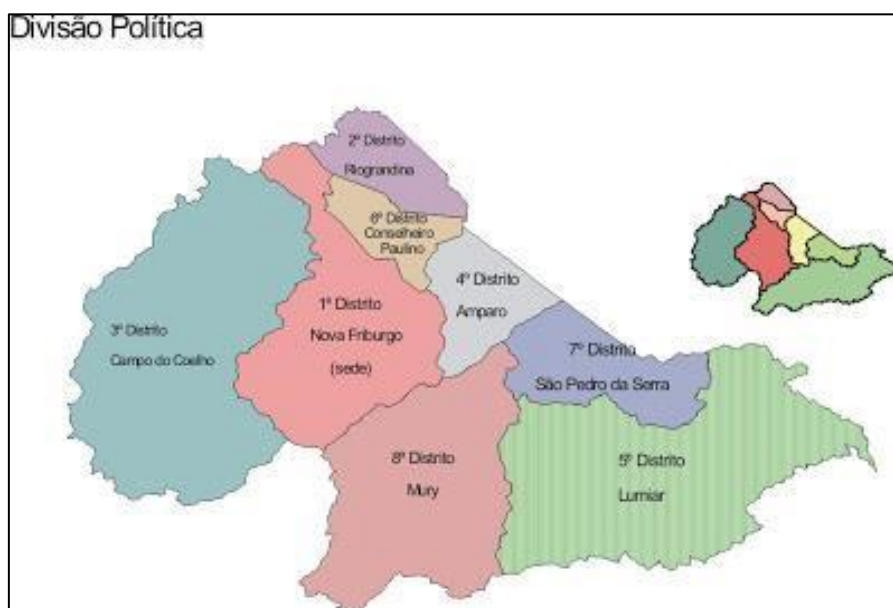


Figura 2: Divisão política de Nova Friburgo. Fonte: Distritos - NF, 2018.

O município de Nova Friburgo possui duas bacias hidrográficas localizadas em seu território: Macaé e Paraíba do Sul, o que lhe atribui uma importância estratégica destacada na manutenção dos mananciais que abastecem os municípios situados na jusante, e sua vegetação é do Bioma Mata Atlântica.

A colonização de Nova Friburgo iniciou em 1820, a partir de um contrato assinado em 1818, entre Sébas Den-Nicolas Gachet, um francês, que foi um intermediário entre o governo suíço e a coroa portuguesa. O contrato estipulava a vinda de cem famílias católicas

provenientes do Cantão de Fribourg (SANGLARD, 2013). Uma grande publicidade tomou conta da Suíça à época [...] da partida dos colonos, tendo nos jornais o seu principal veículo.

Outras formas de divulgação foram empregadas, como canções populares compostas para atrair famílias para a empresa migratória. (SANGLARD, 2003). O Brasil era apresentado pela imprensa ou através dessas canções como a Terra Prometida, onde haveria ouro como areia, as batatas seriam do tamanho de uma cabeça, o café cresceria em todas as árvores e o verde seria eterno. O número de imigrantes que saiu da Europa foi bem maior do que o previsto no acordo, envolvendo também habitantes de outros lugares, parte deles de língua alemã. A procedência dos imigrantes, do ponto de vista português, não era importante já que o contrato previa que eles abrissem mão da cidadania suíça adotando a nacionalidade portuguesa (HOLZER, 2015).

O início da colonização suíça em Lumiar ocorreu a partir dos anos de 1819, tendo a localidade oficialmente sido fundada em 1828, nas terras da família De Roure, cuja sede ainda existe na praça principal da localidade, a Praça Carlos Maria Marchon. (HOLZER, 2015). Com o mercado dos gêneros agrícolas instável, os descendentes dos primeiros colonos dispersaram e abandonaram a colônia para dedicar-se preferencialmente ao plantio do café em Cantagalo, então sede do município onde se assentava Nova Friburgo. Àqueles mais pobres, que não queriam permanecer na Colônia devido ao número excessivo de moradores por residência, restou a alternativa de dirigir-se para o lado contrário de Cantagalo, seguindo os cursos do rio Macaé. Assim se iniciou a ocupação de Lumiar. Chegando a confluência do Rio Macaé com o Rio Boa Esperança, os imigrantes, portanto seguiram os vales formados pelo córrego da Bacia do Rio Macaé, região com terrenos mais acidentados, pedregosos e se estabeleceram mais longe às áreas sujeitas a enchentes.

Contar a história e as tradições de Lumiar é destacar o papel da broa de Lumiar como um patrimônio material e imaterial dos dois distritos de Nova Friburgo: Lumiar e São Pedro da Serra. Esta remete à —geografia local, em seus aspectos físicos e sociais, tendo como foco principal a memória dos moradores desse lugar (HOLZER, 2015). Segundo Holzer (2015), consideramos que a culinária, assim como a arte e as humanidades, pode ser um valioso instrumento para se falar do lugar e tradições. A história desses dois distritos de Friburgo foi marcado inicialmente pelas dificuldades relacionados à ausência de luz elétrica, fogão a gás, telefone, posto de saúde e também a distância entre os distritos e a sede do município que interferia diretamente na demora do escoamento da produção. Naquela época, a agricultura de subsistência praticada pelos suíços e alemães teve que se adaptar aos produtos cultivados em

terras brasileiras: Aipim (mandioca), batata doce, abóbora, chuchu, cará, taioba, inhame, banana, milho, cenoura. (HOLZER, 2015).

As principais produções agrícolas podem ser evidenciadas nesta citação: uma pequena e média agricultura de base familiar, dedicada ao cultivo do café e dos produtos de subsistência, como o feijão, mandioca, hortaliças e a criação de animais (REGO, 2008). Com a decadência da cafeicultura fluminense aprofundada nas primeiras décadas do século XX (FRAGOSO, 2003), observa-se que nas décadas de 1930, 1940 e 1950 ocorreu uma redefinição nas espécies agrícolas produzidas na região. A partir deste contexto os agricultores da região passaram a aliar —a produção de subsistência à venda de produtos como inhame, banana, tomate, pimentão, para os centros urbanos próximos (REGO, 2008).

A comercialização da produção agrícola foi aprimorada com a abertura de estradas de terra nesta região, em fins da década de 1950, facilitando o acesso aos centros urbanos, que anteriormente era feito por trilhas com mulas e cavalos. Entretanto, o —relativo isolamento somente foi rompido na década de 1980, —pela pavimentação asfáltica da rodovia RJ-142, trecho Muri-Lumiar, e pela eletrificação da maior parte da região (REGO, 2008:). Em 2006 este processo foi dinamizado com o asfaltamento a Rodovia RJ – 142 (Estrada Mar), que interliga o município de Casimiro de Abreu ao distrito de Lumiar. De acordo com Pereira (2013):

(...) a Região Serrana Fluminense se caracteriza por ser a maior produtora de hortaliças do estado do Rio de Janeiro, posição alcançada graças ao crescente aumento de produtividade associado à modernização da agricultura. No entanto, com esse modelo, elevam-se também os custos ambiental, social e econômico. Algumas práticas agrícolas ali adotadas têm se mostrado insustentáveis, como a aplicação de fertilizantes sintéticos de alta solubilidade sem análise prévia do solo e o controle de pragas e doenças por meio de agrotóxicos, muitas vezes sem o devido acompanhamento técnico. É comum, na região, o preparo do solo para plantio ser realizado no sentido da declividade do terreno, o que intensifica o processo de erosão do solo. As dificuldades detectadas para a produção agrícola na região Serrana Fluminense são agravadas pelo reduzido tamanho das propriedades rurais, associado à topografia acidentada e limitações da fertilidade do solo. Essa combinação levou muitos produtores a utilizarem todo o terreno disponível para a instalação de lavouras e/ou pastagens, muitas vezes avançando sobre áreas de preservação permanente (APP), que acabam sendo total ou parcialmente suprimidas (PEREIRA, 2013).

Com a melhoria do acesso a região, o turismo foi intensificado com importantes consequências sobre a realidade agrícola e a realidade sociocultural neste espaço, entre elas a *pluriatividade*, que consiste na combinação da agricultura desempenhada pela família com novas oportunidades de renda e trabalho (CARNEIRO E TEIXEIRA, 2004). Sendo assim,

houve mudanças quanto ao uso do solo e ocupação do território. De acordo com Rego (2008) a especulação imobiliária gerou a fragmentação das propriedades e uma transferência parcial da propriedade da terra. Muitos imóveis alteraram suas funções agrícolas para se tornarem residências, sítios de veraneio ou pousadas; viraram locais de consumo e de 'contemplação da natureza', em vez de produção, gerando novos valores e configurações territoriais (REGO, 2008). Mas é importante ressaltar que para os ambientes de montanha da região Serrana Fluminense, a agricultura de base agroecológica é uma oportunidade para a melhoria da qualidade de vida e aumento da renda dos agricultores familiares, especialmente considerando-se a crescente busca por alimentos produzidos em sistemas sustentáveis.

O atual cenário aponta para uma tendência de esvaziamento do meio rural do estado do Rio de Janeiro. Em uma tentativa de recuperar a agricultura fluminense, em especial a agricultura familiar, diversas entidades públicas e privadas envolvidas com esse setor vêm incentivando a agricultura de base ecológica. Esse modelo de agricultura mostra maior capacidade de proteger os recursos naturais, permanecendo durável no tempo, através da adoção dos princípios da agroecologia. Tal sistema de produção permite reduzir impactos ambientais negativos da agricultura vigente. (PEREIRA, 2013).

Como já foi citada a agricultura nessa região se caracterizou de base familiar, em unidades familiares de médio e pequeno porte. Uma característica interessante a ser ressaltada é que eram utilizadas técnicas conservacionistas, e o principal exemplo é a prática do "pousio", herança essa deixada pelos povos indígenas (COSTA et al., 2009). De acordo com Mayer e Araújo (2003) em análises comparativas sobre os efeitos da agricultura em relação às questões ambientais houve uma maior preservação ambiental do que áreas vizinhas. Estes autores também afirmam que as referidas áreas, por ter uma característica de maior altitude e relevo montanhoso a natureza foi mais preservada. Um grande desafio que se apresenta é que a comunidade rural é residente do interior da Unidade de Conservação (UC) de uso sustentável (no caso a APA Estadual Macaé de Cima) é compatibilizar as práticas agrícolas com as restrições de uso dos recursos naturais e de ocupação das terras, de forma a atender o Plano de manejo da UC e simultaneamente mediar os conflitos socioambientais oriundos da criação da UC sobre o território tradicionalmente agrícola (porém conservado) da região.

A região serrana é a principal produtora de hortaliças orgânicas do estado do Rio de Janeiro, devido principalmente a organização de agricultores a partir da década de 1980 utilizando práticas agroecológicas de produção, além das condições edafoclimáticas favoráveis. Os agricultores que adotaram o cultivo em sistemas orgânicos de produção contribuíram para uma série de mudanças no que diz respeito ao manejo fitossanitário e da

fertilidade do solo, lançando mão de diferentes estratégias, como a diversificação das lavouras, os consórcios e as rotações de culturas (ESPÍNDOLA et al., 2004).

Sendo assim com o apoio dos consumidores foi fundada em 1979 a COONATURA (Cooperativa de Consumidores de Produtos Naturais), com a finalidade de integrar produtores com consumidores. Deste modo a associação contribuiu para que 15 famílias da comunidade de Brejal, em Petrópolis iniciassem o plantio de hortaliças de forma sustentável e com comercialização garantida. Atualmente esta associação não existe mais, porém contribuiu muito para a difusão da agroecologia na região, onde mais de 55 famílias produzem alimentos orgânicos (LIMA, 2010).

Nesse mesmo contexto em 1985 foi criada a Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO), a partir da primeira feira de produtos orgânicos do Brasil, em Nova Friburgo (RJ). Esta organização tem como missão contribuir para o fortalecimento da agricultura orgânica, mediante a assessoria de serviços ao produtor, de acordo com os princípios agroecológicos. Atualmente a ABIO funciona como uma facilitadora em controle de qualidade orgânica através dos SPG (Sistemas Participativos de Garantia) e têm sua produção certificada como orgânica, atendendo aos requisitos do Ministério da Agricultura, e é importante ressaltar que um dos núcleos da ABIO tem funcionamento em Nova Friburgo. Outra iniciativa de aproximar consumidores de produtores foi a criação da Rede Ecológica em 2001. O objetivo da associação de consumidores é de se propor a comprar direta e coletivamente produtos orgânicos da agricultura familiar. Dentre suas preocupações centrais estão o apoio ao pequeno agricultor e o fomento de práticas agrícolas de menor impacto ambiental, através da compra e do consumo de alimentos provenientes da agricultura familiar orgânica. Nessa iniciativa o consumidor escolhe entre os produtos disponíveis em uma lista, encomendando-os via e-mail e a entrega é feita em determinado dia da semana em núcleos espalhados pela cidade do Rio de Janeiro.

Em Teresópolis um grupo de agricultores orgânicos em 2005 se uniu para a organização de uma Feira agroecológica na cidade. Dessa maneira o trabalho foi se fortalecendo e em 2007 foi fundada oficialmente a Associação Agroecológica de Teresópolis (AAT), que tem como principais objetivos incentivar e promover a agroecologia e a economia solidária. Atualmente são realizadas três feiras orgânicas semanais na cidade, contado com cerca de 50 associados. Além da Feira ainda se organizam para a entrega de produtos em outros municípios. Seus produtos são certificados pelo SPG vinculado a ABIO (ATT, 2018).

O Circuito Carioca de Feiras Orgânicas surgiu em 2010 após uma série de articulações entre a Secretaria de Desenvolvimento Econômico Solidário e a ABIO, e atualmente conta com o apoio de outras organizações como a Essência Vital e da Rede Carioca de Agroecologia Urbana. Hoje conta com 18 feiras espalhadas pela cidade e vem movimento a economia do município e contribuindo com o fortalecimento dos agricultores que participam.

2.8. O papel das Associações rurais

As associações, de maneira geral, são qualquer iniciativa formal ou informal que reúne pessoas físicas com objetivos comuns, visando superar dificuldades e gerar benefícios para os seus associados. De acordo com a Lei nº 10.406/2002, em seu art. 53, define associação como: —Constitui-se as associações pela união de pessoas que se organizem para fins não econômicos (CARDOSO, 2014). De maneira geral, qualquer que seja o tipo de associação, pode-se dizer que é uma forma jurídica de legalizar a união de pessoas em torno de necessidades e objetivos comuns. Ainda de acordo com Cardoso (2014) Sua organização permite a construção de melhores condições do que aquelas que os indivíduos teriam isoladamente para a realização dos seus objetivos.

As principais características das associações são: a reunião de duas (não existe número mínimo) ou mais pessoas para a realização de objetivos comuns; seu patrimônio é formado pelo subsídio dos associados, por doações ou pagamento de taxas; seus fins podem ser alterados pelos associados; seus associados deliberam livremente; são entidades do direito privado e não público. Ainda é importante que ressaltar que as decisões são decididas por meio de assembleia geral dos associados, são definidas as políticas e linhas de ação da instituição, bem como se elege uma diretoria que será responsável pela administração da associação (CARDOSO, 2014).

3. MATERIAL E MÉTODOS

Este trabalho se define como uma pesquisa descritiva, que se baseia na descrição das características de uma população ou fenômeno, ou em suas relações variáveis. Uma das características mais importante dessa metodologia de pesquisa é a utilização padronizada de coleta de dados (GIL, 2008). Este trabalho, além de reunir dados e relações que ocorrem na Feira ALUMIAR, se preocupa em entender melhor a natureza dessas relações, aproximando-se assim da pesquisa explicativa, se aprofundando no conhecimento da realidade e entendendo seus porquês (GIL, 2008).

O trabalho de campo foi realizado no 5º distrito de Lumiar, no município de Nova Friburgo no período de julho de 2017 a fevereiro de 2018, utilizando técnicas de pesquisa quantitativas e qualitativas para alcançar os objetivos do trabalho. Primeiramente foi realizado um levantamento de dados, seguido da caracterização da feira. Após esta fase foram realizadas as entrevistas, que com os expositores\feirantes foi feita por meio de questionário semiestruturada, e com os consumidores por meio de questionário auto-administrados. Foi realizada também a introdução ao relatório de comercialização e a discussão e a elaboração do Regimento Interno da Feira. Juntamente com o trabalho de campo foi feito um levantamento das atividades que a Associação ALUMIAR realizou em seus quase dois anos de funcionamento. Finalizando o trabalho de campo foram realizadas as análises dos dados coletados e sua apresentação.

Durante todo o período foi realizada a observação, que também é considerada uma coleta de dados para conseguir informações sobre determinados aspectos da realidade. Ela ajuda o pesquisador a *“identificar e obter provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam seu comportamento”* (LAKATOS, 1996).

A observação participante, que também foi realizada, se distingue da observação informal, ou melhor, da observação comum. Essa distinção ocorre na medida em que pressupõe a integração do investigador ao grupo investigado, ou seja, o pesquisador deixa de ser um observador externo dos acontecimentos e passa a fazer parte ativa deles. Esse tipo de coleta de dados muitas vezes leva o pesquisador a adotar temporariamente um estilo de vida que é próprio do grupo que está sendo pesquisado (BONI & QUARESMA, 2005). A observação participante aconteceu porque a autora da pesquisa é expositora/feirante comercializando alimentos integrais e agroecológicos e, além disso, compõe a diretoria da associação atualmente no cargo de 1ª secretária. É importante ressaltar que durante todo o

período da pesquisa foi feito o registro fotográfico de todas as atividades que foram desenvolvidas.

Segundo Minayo et al. (1998) a pesquisa qualitativa corresponde a questões muito particulares, e nas ciências sociais, esta metodologia preocupa-se com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Os dados quantitativos e qualitativos não se opõem, ao contrário, eles se complementam, pois a realidade abrangida por eles tem uma interação de modo dinâmico. É importante ressaltar que palavras e fatos, antes de números são utilizados para transmitir o que os pesquisadores conseguiram reunir de informações sobre a pesquisa. A pesquisa qualitativa define-se de acordo com cinco características básicas:

- A pesquisa qualitativa tem o ambiente natural como sua fonte direta de dados e o pesquisador como seu principal instrumento;
- Os dados coletados são predominantemente descritivos;
- A preocupação com o processo é muito maior do que com o produto;
- O significado que as pessoas dão às coisas e à sua vida são focos de atenção especial do pesquisador;
- A análise dos dados tende a seguir um processo indutivo.

A pesquisa qualitativa é formada por três etapas: fase exploratória trabalho de campo e tratamento do material. A fase exploratória é o período em que se realiza a construção do projeto de pesquisa, onde se realiza a constituição da delimitação do tema, objetivos, formulação da hipótese, e delimitação da área de estudo e bem como a amostragem a ser utilizada. O trabalho de campo é o processo em que se coleta os dados do trabalho, as técnicas mais comuns são as entrevistas, a observação participante e a análise de documentos. O último procedimento é o tratamento do material ou a análise de dados que tem como objetivo a organização dos dados, classificação e sua análise, para que elabore as conclusões do trabalho (MINAYO, 2001).

3.1. Caracterização do objeto de estudo

A Associação Agroecológica e Agricultura Familiar de Lumiar e Arredores, também designada pela sigla ALUMIAR, foi constituída em 5 de abril de 2016, é uma pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, com duração por tempo indeterminado, com sede provisória no Vale dos Peões, s/nº, Lumiar, 5º distrito de Nova Friburgo, Estado do Rio de Janeiro, foro em Nova Friburgo.

A ALUMIAR é uma entidade sem fins lucrativos, que tem por objetivo ser um ponto de articulação em redes norteadas por princípios e valores de solidariedade e cooperação. É composta por pessoas que através da entidade se comprometem com o desenvolvimento de relações sociais justas e sustentáveis e com a cidadania plena, nas relações entre o rural e o urbano, com vistas ao acesso a informação, serviços e comercialização de produtos agroecológicos e em transição, de base familiar e/ou comunitária.

A ALUMIAR tem por missão agir em prol da reversão de quadros de insegurança alimentar, desgastes e poluição das águas, terra e ar, por meio de aplicações, experiências e divulgação de tecnologias alternativas e popularmente acessíveis para o equilíbrio dos ciclos naturais. Garantir a comercialização e origem dos produtos ofertados na feira, através de cadastros, visitas técnicas, parcerias com projetos em áreas de agroecologia, programas de desenvolvimento local e regional sustentável, e economia solidária. Dialogar e fazer acordos permanentes entre parceiros produtores, consumidores e entidades privadas e públicas, a fim de reunir processos, métodos e práticas educacionais, sociais e econômicas vinculadas à agricultura agroecológica ou em transição, de modo a viabilizar reflexões e transformações de hábitos e costumes sociais relativos à produção e consumo em toda a sua cadeia produtiva. Através de estímulos à produção, serviços e consumo responsáveis e conscientes validar os direitos sociais e humanos constituídos com relação ao acesso à água, alimentos de qualidade, segurança e soberania alimentar.

A associação ALUMIAR tem como finalidade:

1. Criação, realização e promoção da FEIRA ALUMIAR;
2. Promoção da cultura, defesa e conservação do patrimônio histórico e artístico;
3. Defesa, preservação e conservação do meio ambiente e promoção do desenvolvimento sustentável local e regional;
4. Promoção do desenvolvimento comunitário, econômico, social;
5. Experimentação não lucrativa de novos modelos sócio-produtivos e de sistemas alternativos de produção, comércio, geração de trabalho, renda e crédito;

Os trabalhos da Associação se baseiam principalmente na Feira ALUMIAR e arredores, que acontece todos os domingos das 09h00 às 14h00 com produtores locais na Praça Eugênio Gustavo Brust em Lumiar, distrito de Nova Friburgo/RJ. A Feira comercializa produtos de quatro categorias:

- Eixo Agricultura: são produtores de hortaliças, cogumelos, frutas, raízes, grãos, ovos, leite, e outros produtos agroindustrializados dentro das unidades de produção familiar que são produzidos de forma agroecológica consolidada ou em transição. Os agricultores ainda não possuem certificação, mas estão discutindo a importância da certificação.
- Eixo Bem estar e saúde: são prestadores de serviço e ou produtores de produtos de saúde que visem o uso de matérias primas naturais, utilizando plantas medicinais e produtos probióticos.
- Eixo Alimentação saudável: são comercializados alimentos produzidos com matérias primas de preferências agroecológica e produzidos localmente. Os produtos têm alto valor nutritivo, e sem uso de ingredientes ultraprocessados.
- Eixo Artesanato: os produtos são produzidos com matérias primas naturais, como pedras, cristais, fibras e tecidos.

A Feira promove ainda atividades culturais envolvendo a comunidade, como apresentações de músicos locais, rodas de capoeira, danças tradicionais de roda em parceria com a Oficina-Escola As Mãos de Luz, entre outras. Além da Feira, a Associação realiza mutirões agroecológicos, como a implantação de Sistemas Agroflorestais (SAF), preservação de nascentes, tratamento de efluentes, práticas de consórcio agrícola, dentre outras práticas sustentáveis. A estrutura da feira é deficiente, tendo em vista que os expositores se organizam em barracas improvisadas, expostos à ação do vento e chuvas, sem apoio de ponto de água, suporte de banheiros e espaço para armazenagem. Os expositores se organizam de forma aleatória a cada domingo, dispondo as barracas de modos variados, de modo geral num dos extremos da praça.

3.2. Levantamentos de dados secundários

O levantamento de dados secundários foi realizado de duas formas. A primeira se refere a pesquisa bibliográfica em livros, artigos e periódicos, onde se realizou a leitura e interpretação das informações e sua sistematização para servir como fundamentação teórica para o estudo. A segunda se baseia na pesquisa com o material produzido pela Associação ALUMIAR, como estatuto, regimento, relatos de reuniões e que foi fundamental para obter informações e dados sobre o grupo. Esta base teórica contribuiu para a interpretação dos dados e informações obtidas na pesquisa de campo.

3.3. Caracterização da Feira

A caracterização geral da feira foi realizada através do levantamento das informações sobre a estrutura física e o funcionamento da Feira, seguindo o roteiro de observação (Anexo I) elaborado pela autora, e contém informações como localização, número de barracas, número de feirantes, dia e horário de funcionamento, nome do expositor\feirante, produto que comercializa e categoria. A partir do roteiro de observação foi elaborado um quadro com as informações coletadas.

Antes do início de todas as entrevistas, foi apresentado à Associação e aos expositores\feirantes os objetivos do trabalho e como seria a sua execução, aproximando-os assim da temática do trabalho.

3.4. Entrevistas

3.4.1. Perfil socioeconômico e produtivo dos feirantes

Foram entrevistados 16 feirantes e os dados foram obtidos por meio de questionário semiestruturado (Anexo II). A escolha dos entrevistados teve como requisito básico que fosse expositor/feirante e sua disponibilidade para a pesquisa, pois alguns estavam ausentes da Feira ou não quiseram participar da pesquisa. Esta técnica é denominada amostragem intencional, onde privilegia os sujeitos sociais detentores dos atributos que o investigador pretende conhecer (MINAYO,1993).A entrevista é um instrumento no qual o entrevistador tem por objetivo obter informações do entrevistado relacionadas a um objetivo específico. Nesse estudo utilizou-se questionário semiestruturado, que é caracterizado pela "*...formulação da maioria das perguntas previstas com antecedência e sua localização é provisoriamente determinada.*" (Colognese e Mélo, 1998). De acordo com Triviños (1987):

Entrevista semi-estruturada é aquela que parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa e que, em seguida, oferecem amplo campo de interrogativas, junto de novas hipóteses que vão surgindo à medida que recebem as respostas do informante. Desta maneira o informante, seguindo espontaneamente a linha de seu pensamento e de suas experiências dentro do foco principal colocado pelo investigador, começa a participar na elaboração do conteúdo da pesquisa (TRIVIÑOS 1987).

3.4.2. Perfil socioeconômico e comportamento dos consumidores

Para conhecer o comportamento dos consumidores, foi realizado na fase inicial da pesquisa um período exploratório, em que se definiram quais seriam as questões abordadas

com os consumidores, e depois foi realizada a aplicação utilizando questionários estruturados que foram auto-administrados (Anexo III). Os feirantes foram colaboradores, pedindo aos fregueses para que respondessem às questões do questionário. Também foi realizada uma pesquisa por observação não-estruturada, onde foi possível anotar atitudes, comentários e situações na feira.

3.5. Introdução do relatório de comercialização

Foi proposto pela pesquisadora um relatório de comercialização (ANEXO IV) e entregue aos expositores\feirantes no mês de agosto de 2017. Este relatório tinha como objetivo registrar os produtos que eram oferecidos e comercializados na Feira.

3.6. Construção do Regimento Interno da Feira

A construção do Regimento Interno da Feira foi feita de maneira coletiva pela pesquisadora, a coordenação da Feira e os feirantes e após a sua elaboração foi apresentada em reunião da Feira para sua aprovação.

3.7. Levantamento das Atividades realizadas pela Associação ALUMIAR

Através da análise de documentos, relatos e registros fotográficos foi realizado o levantamento das atividades produzidas pelo grupo, tanto na realização das Feiras, como nas atividades culturais, sociais, e agroecológicas, além disso, foram descritas as parcerias que a associação firmou nesse período de funcionamento.

3.8. Análise e apresentação dos dados

A análise dos dados foi realizada a partir dos resultados quantitativos em gráficos e percentuais no programa Excel. As informações qualitativas foram analisadas utilizando a técnica de análise de conteúdos.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

4.1. Caracterização da Feira ALUMIAR

A Feira ALUMIAR acontece todos os domingos de 9:00h às 14:00h na Praça Eugenio Gustavo Brust, localizada na área central de Lumiar. Esta não é a praça principal da comunidade e antes da Feira ser realizada não era utilizada para nenhuma atividade regular. A coordenação da Feira é feita por dois membros da associação, que são responsáveis pela organização das barracas, coleta contribuição financeira e limpeza do espaço. A produção cultural, com a organização das apresentações musicais e outras atividades, são realizadas por outro membro, que também fica responsável pela divulgação por meio de redes sociais⁸, grupos de WhatsApp e a colagem de cartazes no comércio local.

A Feira ALUMIAR é composta por 12 barracas, sendo que algumas barracas são ocupadas por mais de um expositor somando 23 expositores, através de arranjos de organização das barracas feitos pelos próprios participantes. Alguns expositores são formados por grupos de pessoas da mesma família, o que totaliza atualmente 30 pessoas na composição da Feira. A Feira eventualmente recebe visitantes que comercializam seus produtos, estes podem ser feirantes de outras feiras, pessoas que trazem seus produtos sazonais, ou pessoas que participam de feiras comemorativas em datas festivas.

Na Tabela 1 são apresentadas as atividades que cada expositor/feirante exercia, bem como os principais produtos comercializados e a categoria em que se enquadravam.

Tabela 1: Caracterização geral da Feira

Expositor	Atividade	Categoria
1	Produção agroecológica de hortaliças e cogumelos	Agricultura
2	Produção agroecológica de hortaliças	Agricultura
3	Produção agroecológica de hortaliças	Agricultura
4	Hortaliça, fruta, tapioca e doces –	Agricultura
5	Agricultura e Hortaliças	Agricultura
6	Mudas de frutíferas, hortaliças e plantas medicinais	Agricultura
7	Alimentos sazonais e PANC's ¹¹	Alimentação saudável

¹⁰ Página no facebook: <https://www.facebook.com/Feira-Agroecol%C3%B3gica-Alumiar-103065453553399/>

¹¹ Alimentos sazonais são aqueles que estão disponíveis apenas em determinadas épocas ou estações do ano, como por exemplo, o pinhão. As PANC's são as plantas alimentícias não convencionais, ou seja vegetais, frutas

8	Alimentos integrais	Alimentação saudável
9	Broas artesanais e doces	Alimentação saudável
10	Biomassa de Banana verde;	Alimentação saudável
11	Granolas e Sementes	Alimentação saudável
12	Cerveja Artesanal	Alimentação saudável
13	Bolos e artesanato em tecido	Artesanato
14	Artesanato em Feltro	Artesanato
15	Mandalas e Pintura em Tecido	Artesanato
16	Oficina Mãos de Luz	Artesanato
17	Mandalas	Artesanato
18	Artesanato em pedra e cristais	Artesanato
19	Kombuchá ¹² - bebidas probióticas;	Bem estar e saúde
20	Plantas medicinais e artesanato em taboa	Bem estar e saúde
21	Cosméticos naturais	Bem estar e saúde
22	Produto para Pets	Bem estar e saúde
23	QuickMassage ¹³	Bem estar e saúde

Fonte: dados da pesquisa.

Conforme pode-se observar na Figura 1, verificou-se um equilíbrio entre a quantidade de feirantes dentro das quatro categorias de comercialização e prestação de serviços.

e hortaliças que podem ser consumidas mas que não estão habitualmente na dieta das pessoas (WIKIPEDIA, 2018).

¹²Kombuchá, é uma bebida probiótica obtida tradicionalmente a partir da fermentação do chá (*Camellia Sinensis*) ou infusões ricas em cafeína (pelo método não tradicional). Para a fermentação, prepara-se o chá, normalmente preto ou verde, mas pode ser qualquer infusão, desde que seja doce e que este não seja antibiótico natural. Depois de pronto e já resfriado, inocula-se a solução com um líquido acidificante ou vinagre proveniente de fermentações anteriores e a zoogléia. Tudo isto é deixado em repouso para o processo de fermentação da bebida. Após alguns dias, quando quase todo o açúcar terá sido consumido para dar lugar às várias enzimas, vitaminas e ácidos, contudo, a bebida estará com um sabor ácido, mas, ainda, levemente doce e estará pronta a ser consumida (WIKIPEDIA, 2018).

¹³ —*Quick* significa Rápido e —*Massage* significa Massagem. Portanto, podemos concluir que a QuickMassage é uma Massagem Rápida. Esta massagem é realizada com manobras adaptadas das técnicas orientais Anmá e Shiatsu e tem como foco proporcionar o relaxamento muscular em poucos minutos, mesmo porque, a duração de cada sessão é de aproximadamente 15 minutos. Este é um tempo suficiente para que possamos sentir os benefícios em nosso corpo. A massagem é feita com o cliente sentado em uma cadeira que é ergonomicamente projetada para esta finalidade (CONCEITO ZEN, 2018).

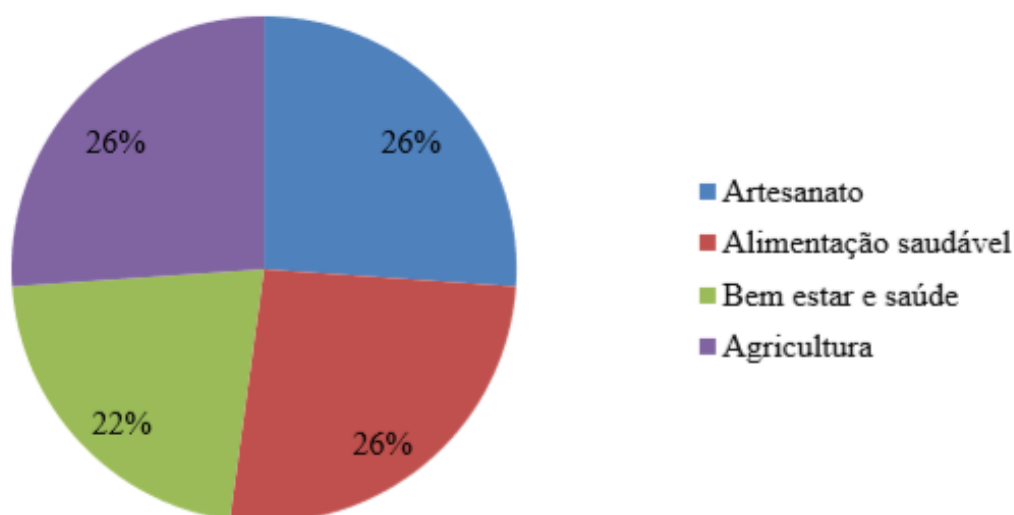


Figura 3: Percentual de feirantes por categoria de comercialização. Fonte: dados da pesquisa.

Os principais produtos comercializados na categoria Agricultura são: hortaliças (aipim, batata, batata doce, batata baroa inhame, cenoura, beterraba, pimentas, taioba, brócolis, alface, rúcula, chuchu, abobrinha, pepino, abóbora e temperos), cogumelos (shitake, shimeji negro, shimeji salmão e champignon), frutas (banana, banana da terra, jaca, abacaxi, laranja, limão, caqui e coco), laticínios (leite in natura e queijo) processados (tapioca, melado, pó de café, doces caseiros), entre outros (Figura 4).



Figura 4: Produtos da categoria agricultura. Foto: Flávia Machado

Os principais produtos da categoria Alimentação Saudável são: pão integral, bolos variados, pastéis integrais, molhos (pesto e pimenta), caponatas, quiches, tortas salgadas,

salgados de PANC's (Plantas Alimentícias não convencionais), massas artesanais, cerveja artesanal, broas, entre outras (Figura 5).



Figura 5: Produtos da categoria alimentação saudável. Foto: Flávia Machado

No artesanato os principais produtos são: bijuterias em cristais e pedras, livros, brechó, trabalhos em feltro, trabalho de mandalas em lã, pinturas em tecido, quadros, artesanato em taboa, entre outros (Figura 6).



Figura 6: Produtos da categoria artesanato. Foto: Flávia Machado

Os principais produtos comercializados na categoria de bem estar e saúde são: kombuchá (bebida probiótica), sabonetes, xampus, cremes, e outros produtos que utilizam óleos vegetais, plantas medicinais e naturais. Também é realizada uma atividade de prestação de serviço: a Quick Massagem (Figura 7).



Figura 7: Produtos da categoria bem estar e saúde. Foto: Flávia Machado

Apesar da diversidade de produtos observada, na pesquisa com os consumidores foi sugerido o aumento da diversidade de produtos, principalmente na categoria de artesanato.

Verificou-se que na divulgação da Feira são produzidos materiais que representam toda a diversidade de produtos e serviços, conforme ilustra a Figura 8 que apresenta propaganda referente à Feira comemorativa de Páscoa.



Figura 8: Propaganda da Feira mostrando toda a sua diversidade. Fonte: Flávia Machado

4.2. Entrevistas

4.2.1. Perfil socioeconômico e produtivo dos feirantes

Foram realizadas 16 entrevistas semiestruturadas com os expositores\feirantes, abrangendo 20 componentes da Feira. Não foi possível entrevistar todos os participantes da Feira por diversos motivos, como tempo, ausência dos participantes na Feira e pouco interesse de alguns feirantes. As entrevistas foram realizadas em locais que variaram conforme a disponibilidade do entrevistado, com algumas sendo realizadas durante a Feira, outras na casa dos feirantes e outras realizadas durante encontros e reuniões.

Das 30 pessoas que participavam da feira na época da pesquisa, vinte e quatro eram mulheres e seis eram homens. Pôde-se perceber a grande participação feminina na composição do grupo, e isto aconteceu de maneira natural, a partir da vontade de cada uma em participar da organização. De acordo com diversos autores as mulheres sempre assumiram

um papel de destaque na promoção da Agroecologia e na agricultura familiar, seja nas áreas de produção, beneficiamento, e comercialização de alimentos, ou na geração e disseminação de conhecimento.

De acordo com Silipranti (2015) a participação das mulheres agricultoras em espaços públicos, principalmente onde se realiza a comercialização (como as feiras), permite o contato com públicos diversos. Desta forma, a aquisição de novos conhecimentos e habilidades, possibilita o reconhecimento social do trabalho desenvolvido por elas, gerando-lhes maior autoestima. Há ainda o fato de as mulheres poderem obter, por si mesmas, rendas mais permanentes, recebidas por elas individualmente e fruto direto do seu trabalho, tendendo a melhorar o seu poder de barganha dentro das famílias, permitindo avanços quanto à sua autonomia (SILIPRANTI, 2015).

Percebendo essa característica, é necessário ter sensibilidade para trabalhar as questões referentes à participação e construção das mulheres na Feira e suas necessidades.

De acordo com a pesquisa 75% dos entrevistados tem origem urbana, ou seja, 25% têm origem rural. Todos que afirmaram que tem origem rural participavam da categoria Agricultura. Isso demonstra que uma tendência de retorno ao meio rural dos que tem origem urbana, muito comum na região de Lumiar. De acordo com Carneiro e Palm (2016) a crescente atração de turistas e moradores para a região acarretou certa reelaboração da identidade social local, a partir da conformação de novas redes sociais, novos valores e motivações, por meio da interação com sujeitos oriundos de outros universos sociais e simbólicos. Por outro lado, esse processo contribuiu também para a reafirmação de determinados traços do modo de vida da população desta região, em grande parte vinculados a sua trajetória histórica. Assim passam a ser denominados e divididos entre os —da terra (os nativos), e os —outros, ou —de fora.

O nível de escolaridade pode ser considerado bem alto se considerarmos que 44% dos entrevistados (Figura 10) possuíam nível superior e 25% pós-graduação. Esses dados devem estar relacionados ao alto índice de origem urbana dos entrevistados. Consideramos que esses dados contribuem para entender como foram discutidos os princípios da Associação, pois os entrevistados com curso superior são das áreas das Ciências Agrárias, Sociologia, Biologia, entre outras em que a Agroecologia é um tema transversal.

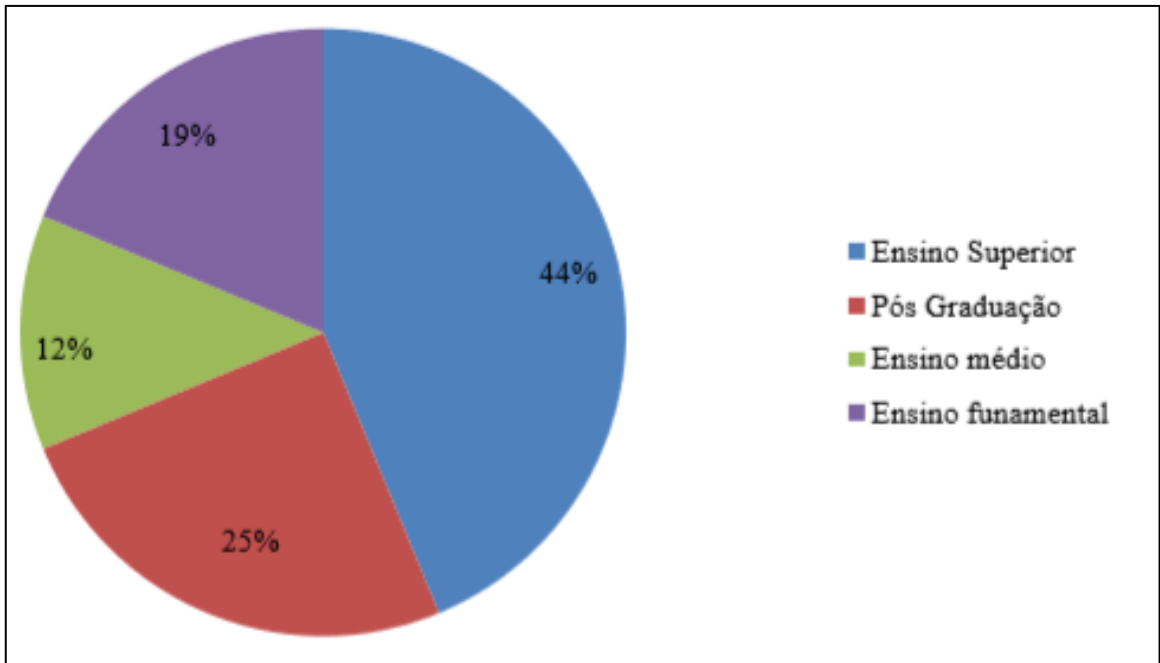


Figura 9: Escolaridade dos entrevistados. Fonte: dados da pesquisa

O faturamento semanal dos feirantes entrevistados (Figura11) foi outra questão abordada. Alguns entrevistados na categoria artesanato não responderam ao questionamento, pois afirmaram que, na maioria das vezes, não possuíam faturamento, mas consideravam importante participar da Feira para divulgação de seus produtos, outros expositores não se sentiram a vontade para divulgar seu faturamento.

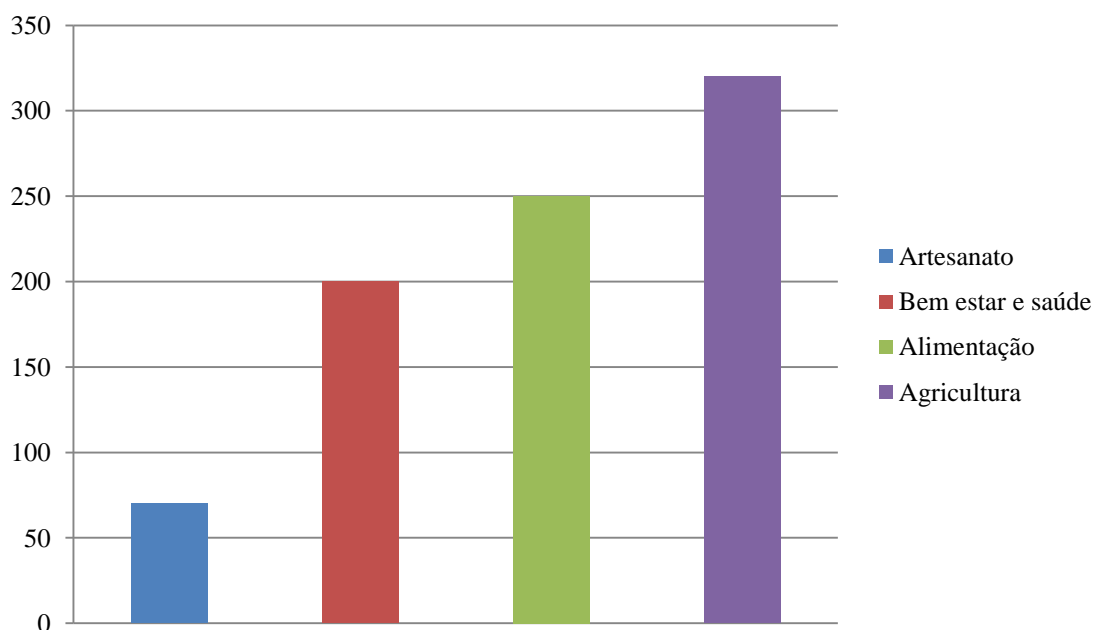


Figura 10: Faturamento médio semanal em reais (R\$). Fonte: dados da pesquisa.

A renda familiar dos feirantes (Figura 12) de todas as categorias tinha diversas fontes, além da Feira. De acordo com os dados obtidos nas categorias de Alimentação saudável e Agricultura, a Feira ALUMIAR contribuía em 25% com a renda familiar, na categoria Bem estar e saúde o percentual de contribuição era de 10%, e no Artesanato a taxa de contribuição era de apenas 5%. Verificou-se que era comum o acesso a outros canais de comercialização como encomendas, vendas em eventos e em outras feiras, venda na internet, venda de casa em casa, entrega de cestas, entrega de produtos a intermediários. Além de acessar outros mercados, os feirantes trabalhavam em outras áreas como: pedreiro, gestor ambiental, empregada doméstica, professor, funcionário público e aposentado. Alguns feirantes afirmaram que o percentual de contribuição é pequeno na renda familiar, mas a divulgação do trabalho e o prazer em realizar a Feira eram ferramentas que impulsionavam a vontade de continuar construindo este movimento.

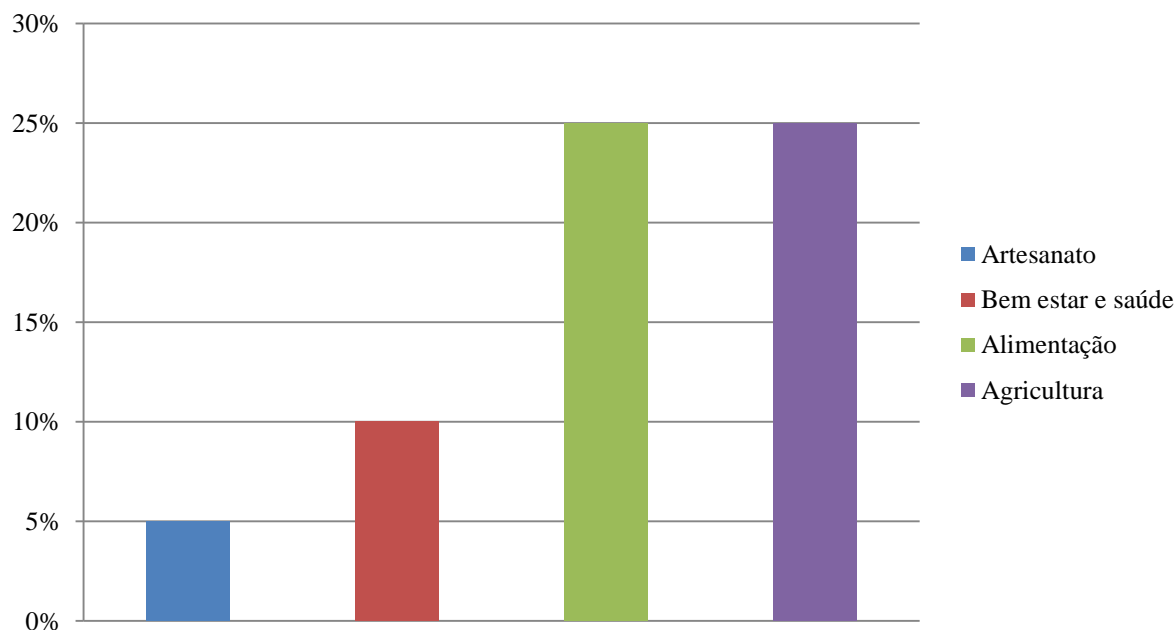


Figura 11: Percentual de contribuição da feira na renda familiar. Fonte: dados da pesquisa.

Os feirantes justificaram que as trocas eram processos importantes na construção dos princípios da Feira, e que havia dois tipos de troca de produtos, o primeiro ocorria entre feirantes para consumo, e o segundo ocorria de maneira comercial, com a troca de mercadorias, para comercialização em outros locais.

Os princípios da Economia Solidária refletem e promovem uma maneira de produzir, vender, comprar, trocar e consumir, em que a realização das atividades econômicas é baseada na democracia, autogestão, cooperação, solidariedade, conservação ambiental e direitos humanos. Um dos princípios que podem contribuir com a Feira são as trocas, que podem colaborar em minimizar as perdas de produtos entre os produtores ao final das feiras. A prática de trocas solidárias de produtos entre agricultores familiares e feirantes deve ser estimulada, sendo uma importante forma de aquisição de alimentos e de solidariedade entre os produtores, além de evitar o retorno da produção dos agricultores (BADUE e GOMES, 2011).

As principais estratégias elencadas pelos feirantes eram priorizar sempre trabalhar com alimentos e produtos agroecológicos, evitando os industrializados, com prioridade para aquisição da matéria prima dos produtos na própria Feira, buscando trabalhar a difusão e valorização dos produtos comercializados na Feira, como por exemplo, as Plantas Alimentícias Não Convencionais (PANCs).

Vem se debatendo junto a Feira a possibilidade de identificação de origem dos produtos de Lumiar, valorizando e agregando valor assim ao produto local. Outra forma de agregação de valor no produto indicada, foi o beneficiamento de matéria prima, como a produção de

tapioca, doces, venda de aipim descascado, entre outros. A estratégia de trabalho com o beneficiamento de resíduos sólidos e têxteis (lembrando que a região é grande produtora de moda íntima) também foram destacados e pode ser uma possibilidade interessante para a categoria de Artesanato.

Quando questionados sobre a importância de participar da Associação, muitos feirantes demonstraram considerar muito importante e valorizaram a construção coletiva via a associação, afirmando que organizados em grupo contribuía na organização da Feira, e no fortalecimento dos princípios da Agroecologia, agricultura familiar, entre outros. A associação colabora no fortalecimento dos laços e as parcerias entre as pessoas que compõe o grupo, e muitos acreditavam que a associação funcionava como uma família onde todos podiam se ajudar, auxiliar e cooperar na troca de conhecimento e informação.

Uma questão que foi considerada preocupante e que deve ser debatida pelo grupo, é que alguns feirantes afirmaram que ainda não percebiam e entendiam a importância da associação na organização da Feira e não receberam todas as informações sobre o funcionamento da mesma, ou seja, havia uma discrepância entre o entendimento sobre a importância da organização. É importante ressaltar que todos os feirantes são associados a ALUMIAR, porém os que afirmam não entenderem a importância da organização não participavam das reuniões e outros eventos além da Feira, o que prejudicava o envolvimento e participação, bem como o entendimento sobre a organização da Feira ALUMIAR.

As principais formas de acesso das informações sobre a organização puderam ser obtidas durante a Feira, nas reuniões da Feira, por email e por aplicativo de celular WhatsApp. De acordo com a pesquisa 19% dos entrevistados consideravam que não acessaram as informações da Associação, os quais eram também os que não entendiam a importância da organização. Mas a grande maioria, ou seja, 81% acreditavam que o acesso das informações era bom. De maneira geral os entrevistados alegaram que participavam de outras organizações, e que algumas dessas organizações eram parceiras da Associação ALUMIAR.

Sobre a avaliação da estrutura da Feira (Figura 14), foram abordados os cinco itens seguintes: estrutura da barraca, localização, limpeza, segurança e infraestrutura da feira. A estrutura da barraca não era padronizada na Feira, e cada feirante tinha a sua, sendo que alguns dividiam o espaço, como uma ação de cooperação, o que às vezes se tornava desconfortável. O objetivo da Associação era que todos tivessem o mesmo padrão de barraca,

mas financeiramente isso ainda não era viável. Esse argumento justifica o porquê de quase 30% dos entrevistados afirmarem que a estrutura da barraca é inexistente, e em torno de 40% ter afirmado que é regular. Os que tiveram a possibilidade de comprar uma barraca de melhor qualidade, que foram em torno de 30% afirmaram que a estrutura da barraca era boa. De acordo com 75% dos entrevistados a localização da Feira era boa, pois a praça oferece um espaço plano e amplo para a montagem da Feira, no centro da comunidade e de fácil acesso.

Os que consideraram regular o local da Feira não manifestaram nenhuma consideração. A questão da limpeza também foi abordada na avaliação da estrutura da Feira, e a opinião dos feirantes foi dividida nesse questionamento. Aproximadamente 40% acreditavam que a limpeza da Feira era ineficiente, e a justificativa para essa avaliação era que apenas uma pessoa era responsável pela limpeza, ficando muitas vezes sobrecarregada e, quando esta se ausentava a limpeza não ocorria. As pessoas que responderam que a limpeza era ineficiente foram justamente as que não contribuíam com a limpeza. O restante dos entrevistados respondeu que a limpeza da Feira era boa ou regular.

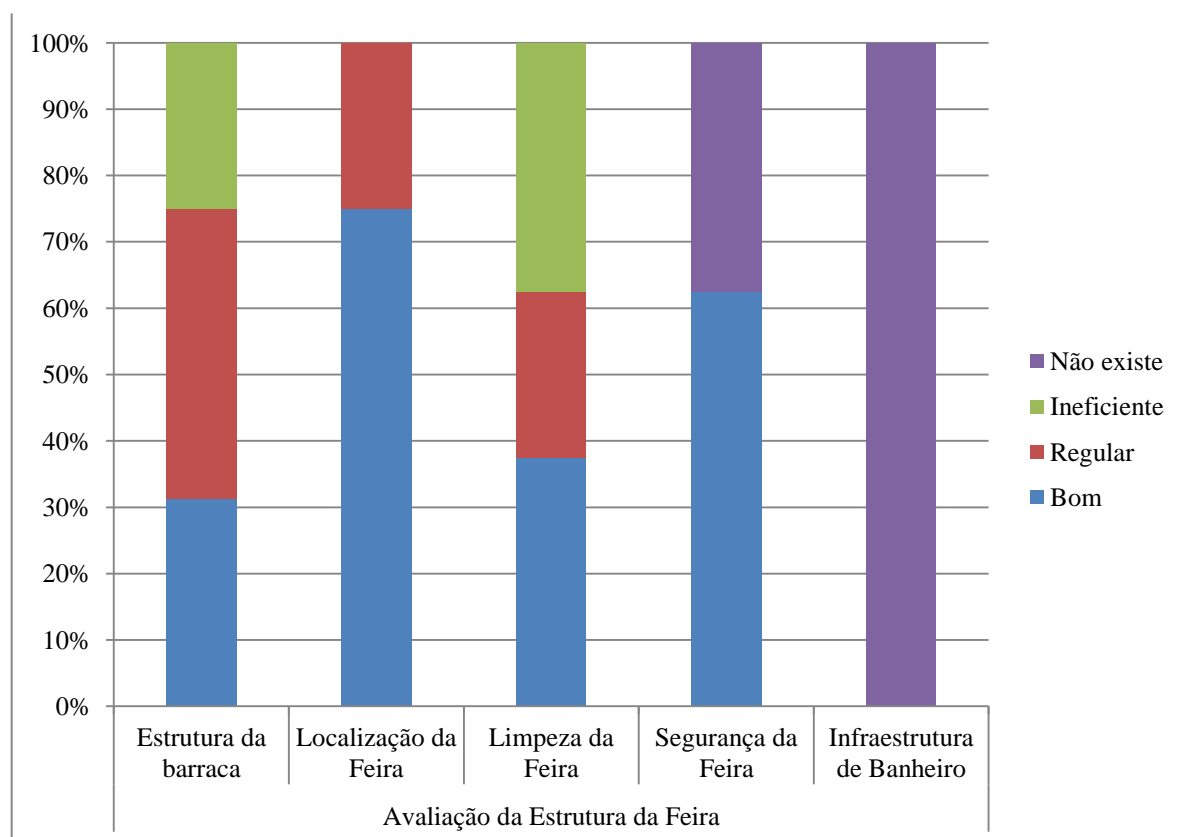


Figura 12: Avaliação da estrutura da Feira. Fonte: dados da pesquisa.

Ainda sobre a estrutura da Feira, outra questão abordada foi a segurança, onde 62% dos entrevistados responderam que a segurança era boa no local e se sentiam a vontade, porque Lumiar é um lugar muito seguro. É importante ressaltar que não existia nenhum tipo de serviço de segurança na Feira, e isso justifica a resposta dos que afirmaram que a segurança é ineficiente, que foi de 38%.

Não existia infraestrutura de banheiros na Feira, conforme confirmada por todos os entrevistados, e essa questão era uma reivindicação dos associados e uma discussão importante junto à organização da Feira. Algumas possibilidades estavam sendo estudadas, como a instalação de banheiros secos com estrutura de bambu, ou a solicitação junto à prefeitura de Nova Friburgo para a instalação de banheiros químicos.

As principais vantagens apontadas pelos feirantes/expositores sobre a participação na Feira ALUMAR foram:

- Expor produto ao ar livre⁹(15)
- Bom ponto de venda (13)
- Divulgação do trabalho (10)
- Para o agricultor a melhor forma de comercializar (5)
- Venda direta (15)
- Vender seu próprio produto (12)
- Prazer em fornecer produto saudável (7)
- Troca de conhecimento (10)
- Alcance do produto ao consumidor local (9)
- Proximidade com o consumidor (9)
- Participar de um evento Social (12)
- Incrementar a RENDA (9)
- Fortalecer a comunidade (3)
- Fazer Contatos (8)
- Possibilidade de ações coletivas (13)
- Comercializar produção artesanal (10)

As principais desvantagens apontadas pelos feirantes/expositores sobre a participação na Feira ALUMAR foram:

- Falta de estrutura¹⁰ (12)

⁹ Entre parêntese número de entrevista que afirmaram a vantagem.

- Barraca pesada (5)
- Falta de lugar pra guardar os materiais (3)
- Desunião (7)
- Falta de diálogo (7)
- Dificuldade de transportar o produto (4)
- Trabalhar todo o domingo (3)
- Ter que trazer a própria barraca (5)
- Cumprir horário (5)
- Levar filho pra Feira (3)
- Inconstância de público na Feira (15)
- Morar longe (5)

Uma das questões abordadas foi como a Feira poderia melhorar a sua divulgação. Os entrevistados apontaram que as melhores estratégias seriam a organização e divulgação dos artistas locais. Uma das sugestões foi um rodízio da pessoa responsável pela função de organização das atividades culturais, o que já está previsto no atual Regimento Interno da Feira. Porém, verificou-se que era necessário refletir mais sobre mobilizar as atividades coletivamente, e não sobrecarregar apenas um membro da associação. Outras formas de contribuir com a divulgação seria a colocação de placas e cartazes, atualização constante da página do Facebook, e a produção de cartazes e filipetas para a divulgação no comércio e nas pousadas da região. Foi mencionada também a organização de outras atividades e apresentações artísticas além da apresentação de músicos locais, sendo a organização de oficinas e workshop como atividades que poderiam atrair a participação dos consumidores. Um exemplo foi a apresentação de Jongo¹¹ na Feira, que conseguiu chamar a atenção da comunidade (Figura 15).

¹⁰ Entre parêntese numero de entrevista que afirmaram a desvantagem.

¹¹ O jongo, também conhecido cojumo caxambu e corimá, é uma dança brasileira de origem africana que é praticada ao som de tambores, como o caxambu. É essencialmente rural. Faz parte da cultura afro-brasileira. Influiu poderosamente na formação do samba carioca, em especial, e da cultura popular brasileira como um todo. Segundo os jongueiros, o jongo é o "avô" do samba (WIKIPEDIA, 2018). Neste dia houve uma grande participação das mulheres que freqüentam a Feira, que levaram suas saias e fizeram uma roda de dança.



Figura 13: Atividade cultural de jongo na Feira. Foto: Flávia Machado.

Como sugestão de melhorias da Feira a demanda mais citada foi o aumento da união entre os integrantes, com o maior comprometimento de cada um, para que houvesse um fortalecimento da organização e de suas instâncias de discussão, e que deveria ser sempre priorizado as decisões por consenso. Continuando a questão da união, foi mencionado que falta celebração¹² entre os membros, e organizar estes espaços também contribuiria na união entre seus componentes.

Sobre as questões mais estruturais da Feira, uma questão que foi bastante trazida foi a necessidade de se ter uma estrutura padronizada de barraca, e que os horários de início e término da feira fossem cumpridos.

Outra questão apontada foi a necessidade de melhorar a organização de todas as categorias de comercialização, em especial a Categoria de Artesanato que era a mais enfraquecida da Feira de acordo com os entrevistados.

Além disso, verificou-se que era importante fomentar o debate e a prática da Agroecologia com o objetivo de difundir e subsidiar o debate entre os feirantes, principalmente os que ainda estavam distantes desses princípios, contribuindo, sobretudo com os agricultores que estão no processo de transição agroecológica.

¹² Algumas metodologias de trabalho coletivo acreditam que a celebração é fundamental para o sucesso do empreendimento. Para que ocorra sempre o fortalecimento do objetivo coletivo e evitar o desgaste das pessoas envolvidas são necessário momentos de celebração

Foi considerado ainda que era necessário aumentar a adesão de agricultores agroecológicos, e também de outros feirantes que representem as outras categorias de comercialização, melhorando assim a diversidade de produtos. Como exemplo ocorreu um momento de discussão da Agroecologia, integração e troca de conhecimento entre os associados da ALUMIAR e estudantes da UFRJ.

4.2.2. Perfil socioeconômico e comportamento dos consumidores

Os questionários realizados com os consumidores foram aplicados durante o mês de julho de onde foram entrevistados 96 frequentadores da Feira. Os feirantes contribuíram no processo, entregando os questionários para que os consumidores respondessem.

A primeira questão abordada foi quanto ao sexo do consumidor, e conforme podemos analisar na Figura 17, 69% dos consumidores entrevistados foram de mulheres. Isso pode ser uma possibilidade de realizar debates e trocas de conhecimento sobre gênero, e contribuir no fortalecimento e formação das mulheres que participam da Feira.

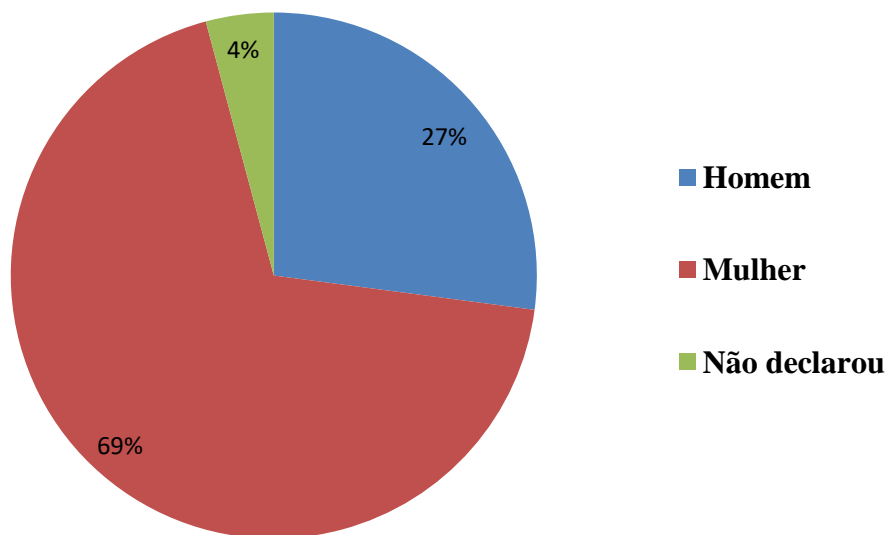


Figura 14: Divisão dos consumidores por sexo. Fonte: dados da pesquisa.

De acordo com Lins et al. (2013) diversos estudos de dimensões nacionais e também de abrangência regionais têm demonstrado a insegurança alimentar e aumento da obesidade, devido às dietas com grandes quantidades de carboidrato, açúcares e gorduras. Estes fatores estão relacionados principalmente a pessoas que possuem baixa renda e menor nível de escolaridade (LINS et al., 2013). No Brasil, a exemplo do que acontece em outros países do

mundo, o padrão alimentar atual inclui ainda um consumo insuficiente de frutas, legumes e verduras (FLV), padrão este associado não somente à obesidade como a outras patologias (LINS et al., 2013).

Verificou-se alto nível de escolaridade dos consumidores, se comparadas com as médias nacionais, conforme pode ser observado na Figura 18, em que 62% dos entrevistados possuíam nível superior, 17% afirmaram ter nível médio e 21% não declararam a escolaridade.

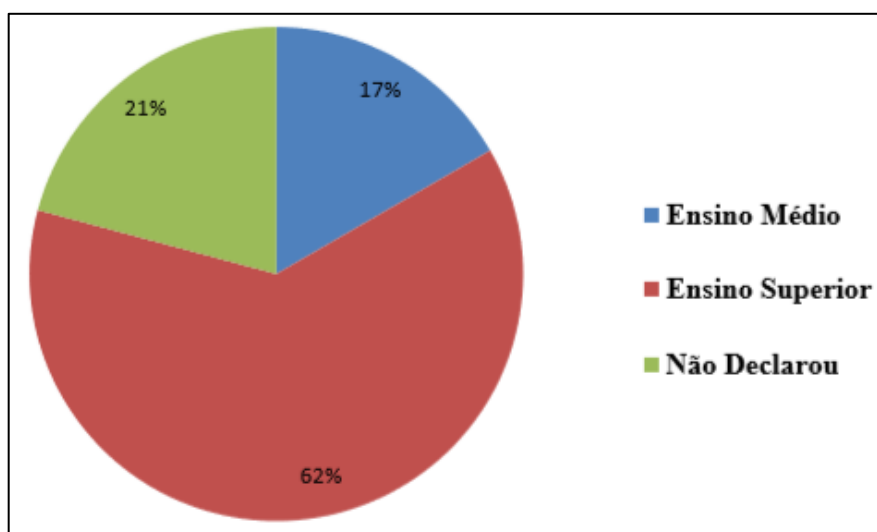


Figura 15: Nível de escolaridade dos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.

Observa-se na Figura 19 que 23% dos entrevistados declararam que tinham uma renda familiar de 1 a 3 salários mínimos, e 33% uma renda média de 3 a 6 salários mínimos, 11% de 6 a 9 salários mínimos, e 17% de 9 a 12 salários mínimos, 6% de 12 a 15 salários mínimos, 2% renda maior que 15 salários mínimo, e 8% dos entrevistados não declararam sua renda. Podemos analisar que os consumidores entrevistados tinham uma alta renda familiar, se considerarmos que de acordo com IBGE (2017) metade dos brasileiros possui uma renda menor que um salário mínimo, e que a renda familiar per capita em Nova Friburgo é em média de um salário mínimo.

De acordo com o MAPA/SPA/IICA (2007), —o público das feiras orgânicas e lojas especializadas, tanto em termos de escolaridade quanto de renda, faz parte de um grupo de consumidores mais intelectualizados e de uma classe economicamente mais elevada. Assim, este público está mais propenso a pagar um preço diferenciado pelos benefícios oriundos do consumo de produtos orgânicos. Sendo assim, os consumidores da Feira ALUMIAR têm o

perfil mencionado, e busca um consumo diferenciado com a procura de alimentos saudáveis oriundos da agricultura familiar e sem o uso de agrotóxicos e insumos químicos.

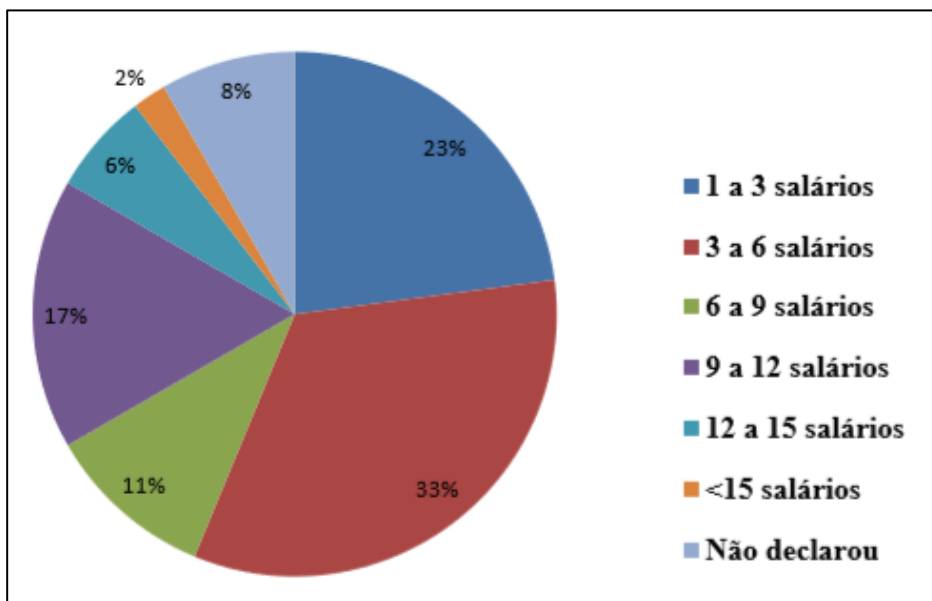


Figura 16: Renda familiar dos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.

Não foi realizada uma pesquisa para a comparação de preços praticados na Feira ALUMIAR e no comércio local. A pesquisadora observou que isso poderia ser interessante para demonstrar que os produtos comercializados na Feira ALUMIAR não são mais caros que os produtos do mercado local, e tem qualidade superior, pois são produzidos localmente, são frescos, não utilizam agrotóxicos e insumos químicos, além de contribuir para o fortalecimento da agricultura familiar.

Outra questão abordada na pesquisa foi a origem do consumidor que evidenciou que 58% dos entrevistados eram moradores do local, e que 42% eram turistas, o que demonstrou um equilíbrio entre o público da Feira e pode apontar como deve ocorrer à divulgação, e a formulação das atividades culturais, oficinas, entre outras.

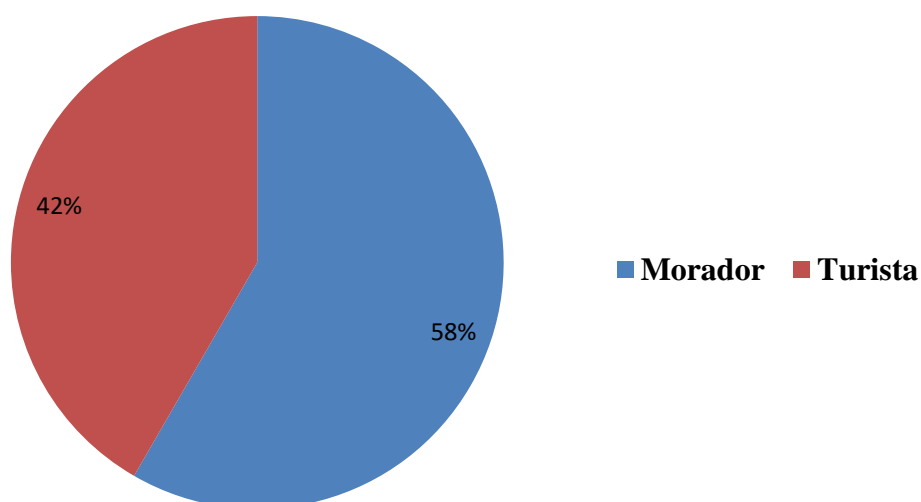


Figura 17: Origem dos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.

Do total dos moradores podemos observar que 72% são moradores de Lumiar, e apenas 14% são moradores de São Pedro da Serra, e outros 14% de localidades próximas, como Boa Esperança, Mury, Galdinópolis, entre outras. Este dado corrobora com o que foi afirmado acerca da necessidade de aumentar a divulgação nas outras comunidades da região.

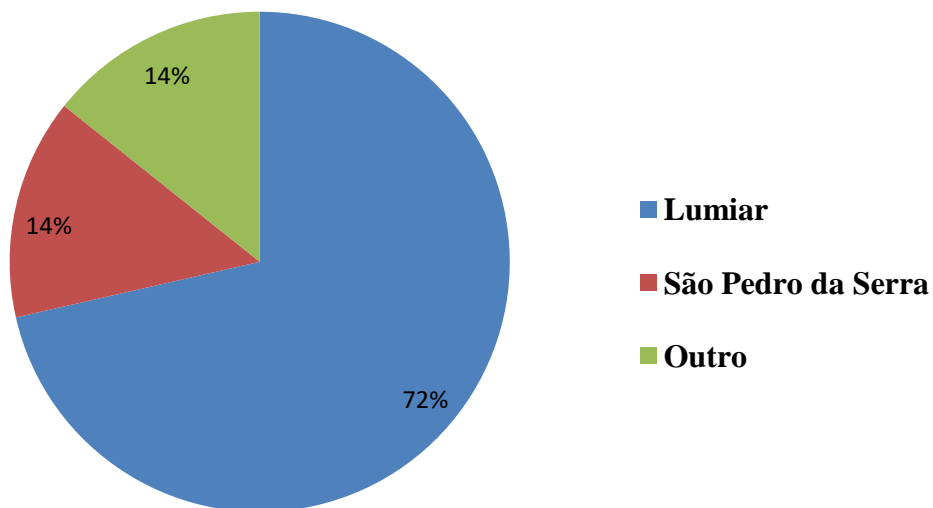


Figura 18: Local de moradia dos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.

Dos consumidores entrevistados que moram em Lumiar e na região, apenas quatro deles haviam nascido e sido criados nessas localidades, ou seja, os chamados da —terra.

Outra característica importante é que eles eram jovens, e valorizavam a iniciativa da Feira. Os outros entrevistados que eram moradores do local, eram pessoas que moravam no meio urbano e vieram para a região em busca de qualidade de vida. O tempo de moradia

variava entre pessoas que já moravam na região há 20 anos e outras que vieram morar a menos de seis meses.

Conversando com moradores da região que são da localidade, a pesquisadora percebeu que estes indivíduos não frequentam a Feira, pois acreditam que os preços são superiores aos oferecidos no comércio da região, mesmo ciente da melhor qualidade dos produtos e do grande uso de agrotóxicos e insumos químicos dos produtos oferecidos nesses locais de comercialização.

Quando analisamos os dados sobre a frequência dos turistas (Figura 22) observamos que 85% já visitaram a feira e retornaram, e afirmaram que ficaram satisfeitos com os produtos oferecidos. Sendo que 55% dos que responderam a esse questionamento eram consumidores frequentes, e que possuem casa na região, e que afirmaram fazer a Feira para levar produtos frescos e da região para passar a semana em seus locais de moradia. Muitos turistas vêm pela indicação das pousadas, então é fundamental melhorar o trabalho de divulgação da Feira junto a elas.

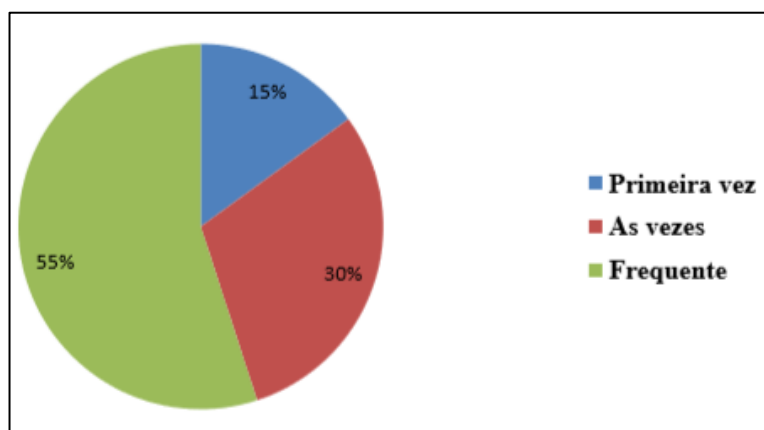


Figura 19: Frequência dos turistas na Feira. Fonte: dados da pesquisa.

Observando o questionamento sobre produtos mais procurados percebemos que ocorre um equilíbrio entre as categorias (Figura 23), e apenas o artesanato tinha um pouco menos de

procura. É interessante perceber que a proporção de feirantes por categoria (Figura 1) está em equilíbrio com a procura de produtos pelos consumidores. Uma das sugestões feita pelos consumidores para a Feira foi a necessidade de aumento da variedade de produtos oriundos da agricultura, mas é necessário realizar um trabalho de conscientização dos consumidores que nas feiras de produtos agroecológicos é necessário respeitar a sazonalidade e a produção regional dos produtos.

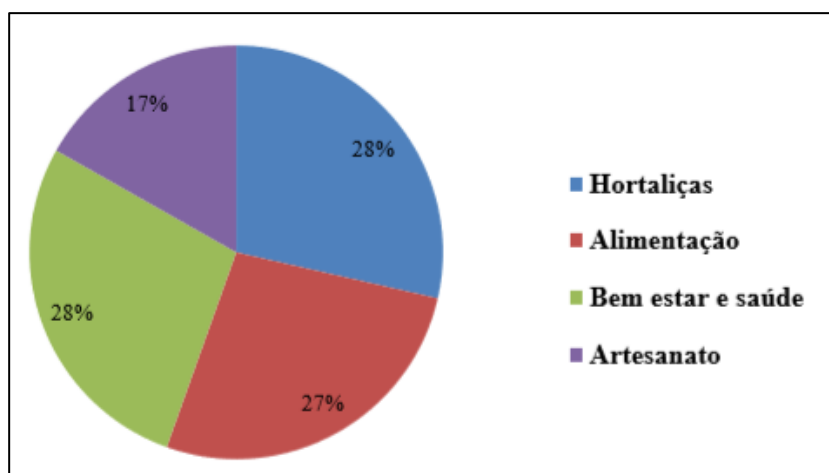


Figura 20: Produtos mais procurados pelos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.

O dia de realização da Feira sempre causou grande debate em seus membros, e abordar essa questão junto aos consumidores foi de grande importância para os feirantes. De acordo com a pesquisa (Figura24) o dia de preferência de 79% dos consumidores era o domingo e os principais argumentos eram a possibilidade de um dia livre para passear na Feira, que já estavam acostumados a este dia, e que muitos consumidores que são turistas estão presentes em Lumiar aos domingos.

A questão da avaliação da conformidade da produção orgânica também era um grande debate para a Associação ALUMIAR, e principalmente para seus agricultores. A pesquisadora verificou que os agricultores de maneira geral não têm interesse em obter o selo orgânico por considerarem o processo para isso muito burocrático, trabalhoso e de alto custo. Outra justificativa era de que existe uma relação de confiança entre produtores e consumidores e que assim não seria necessário um selo de garantia da produção orgânica. Mas como pôde ser verificado com a pesquisa 77% dos consumidores consideravam importante os produtos oferecidos possuírem o selo orgânico (Figura25), pois garantiria a confiabilidade sobre a origem do produto.

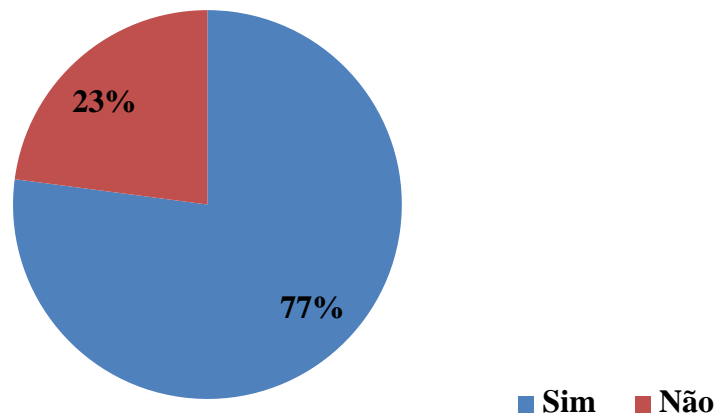


Figura 21: Importância da certificação orgânica pelos consumidores. Fonte: dados da pesquisa.

As principais justificativas para os consumidores que afirmaram desejar o selo orgânico foram: ter a segurança e certeza da origem e qualidade dos produtos adquiridos, e o fato da avaliação da conformidade da produção orgânica proporcionar estes quesitos, trazendo segurança alimentar e confiança na procedência dos produtos e alimentos.

A legislação brasileira estabelece três instrumentos para garantir a qualidade dos produtos orgânicos: a certificação por auditoria, os sistemas participativos de garantia e o controle social para a venda direta (FONSECA et al., 2009).

O sistema participativo de garantia mostra-se, em muitas de suas características, antagônico ao modelo amparado em inspeção por terceira parte. Nele, não há repartição entre verificados e verificadores e as garantias dão-se na forma de responsabilização coletiva e controle participativo por parte daqueles que estão diretamente envolvidos e de atores sociais parceiros (agricultores, consumidores, mediadores) (RADOMSKY e LEAL, 2012) Este sistema também se apresenta favorável, pois tem baixo custo aos agricultores, onde o agricultor tem que participar das reuniões, e a verificação ocorre através de visitas dos próprios membros do grupo, com o monitoramento coletivo, quando o agricultor tem que abrir a sua propriedade para seus parceiros e apresentar suas práticas agroecológicas.

As principais preocupações dos 23% que demonstraram ser contrários ao selo orgânico de garantia da produção, foram o aumento do custo e conseqüentemente do preço dos produtos, a burocracia para que os agricultores obtenham o referido selo, acrescentando que possuíam uma relação de confiança com os agricultores da Feira, e assim dispensavam outros mecanismos de garantia. Alguns consumidores afirmaram

que procuravam produtos agroecológicos e naturais e não necessariamente orgânicos, verificando-se que havia muita confusão e falta de conhecimento sobre a legislação de produtos orgânicos. Assim, atividades que contribuíssem na formação e na troca de conhecimento sobre a avaliação da conformidade da produção orgânica tanto para agricultores e feirantes, como para consumidores, poderiam ser muito interessantes e enriquecedoras, demonstrando que muitas vezes elas são bem mais simples do que aparentam.

Os agricultores da Feira sempre se mostraram resistentes a avaliação da conformidade da produção orgânica, ou por considerarem que o processo é burocrático e tem altos custos que onerariam seus produtos na Feira, ou por desconhecer o processo. Consideravam também que não era uma demanda dos consumidores. A apresentação do resultado da pesquisa para os agricultores e o conjunto de feirantes, será importante para que estes possam rever estes conceitos e decidir qual é a melhor forma de avaliação da conformidade da produção¹³.

As principais sugestões dos consumidores para a Feira ALUMIAR foram primeiramente o aumento da oferta e variedade de produtos, como: laticínios orgânicos, frutas e sucos, e produtos processados como arroz, farinha e biscoitos. Em segundo lugar uma melhor estruturação da Feira, com uma melhor organização do espaço da praça e separação de barracas por categorias de comercialização, pontualidade no início e final da Feira, comprometimento com a participação na Feira independente do clima¹⁹, o pagamento via cartão de crédito e débito também foi solicitado, e a maior união entre os feirantes na organização da ALUMIAR. Aumentar o número de feirantes principalmente nas categorias de agricultura e artesanato, com mais produtos agroecológicos e orgânicos foram também citados.

Por último foi sugerido um aumento da diversidade das atividades culturais, e atividades ambientais, como por exemplo, a coleta seletiva e o aumento de atividades de educação ambiental. Estas atividades podem contribuir para atrair um maior número de consumidores para a Feira, pois estimula os mesmos a refletirem sobre alimentação saudável e consumo consciente.

¹³ Durante o processo de pesquisa, a pesquisadora participou junto a agricultores da reunião do núcleo de Nova Friburgo da ABIO. Foi um primeiro momento de aproximação, onde os agricultores foram sensibilizados aos grupos de certificação participativa, porém não continuaram participando das reuniões.

¹⁹ Quando chove alguns feirantes faltam por causa da falta de estrutura.

4.3. Introdução ao relatório de comercialização

Na reunião de apresentação do estudo à Associação ALUMIAR foi explicado sobre a metodologia do relatório de comercialização, entregando uma cópia do documento para os presentes e esclarecida à forma de preenchimento. Para os feirantes que não estavam presentes na reunião, esse procedimento foi realizado individualmente durante a Feira. Nesse processo foi debatida a importância do relatório de comercialização junto ao grupo. Apesar deste debate, acredita-se que não houve uma apropriação da importância dessa estratégia para valorização da Feira. A pesquisadora solicitou a entrega dos relatórios de comercialização aos feirantes em diversas oportunidades e não houve retorno. As principais justificativas dos feirantes foram: a falta de tempo para o preenchimento, perda do documento, e porque não entenderam como preencher. Acreditamos que isso ocorreu, pelo fato de que além dos associados não entenderem que essas ações podem contribuir na organização e funcionamento da Feira, isso se justifica porque muitos feirantes não se envolvem na organização, e não percebem seu papel na construção coletiva da associação e da Feira ALUMIAR.

4.4. Construção do Regimento Interno da Feira

O Regimento Interno é um documento que trás um conjunto de regras e regulamentos sobre o funcionamento e a organização de uma entidade ou grupo. É muito importante e para garantir que haja respeito mútuo entre seus membros e o cumprimento de seus direitos e deveres.

A construção de um regimento interno para a Feira (Anexo E) denominado Regimento Interno da Feira ALUMIAR foi uma demanda do grupo, logo que foi apresentada pela pesquisadora, a intenção de realizar uma pesquisa sobre a Feira ALUMIAR.

Essa demanda foi solicitada para regulamentar algumas questões importantes e que não estavam sendo cumpridas no funcionamento da Feira, como por exemplo, o cumprimento de horários, a contribuição financeira e a organização das atrações culturais.

O processo de construção foi feito em conjunto entre a pesquisadora e os feirantes. Foi realizado uma primeira proposta baseada nas questões levantadas pelos feirantes que seriam relevantes e utilizamos também como base regimentos de outras feiras agroecológicas e orgânica. Foi produzida uma primeira versão que foi disponibilizada previamente ao grupo e depois debatida durante três reuniões ordinárias.

De acordo com as solicitações foram sendo realizadas as modificações e o Regimento Interno foi aprovado na reunião de março de 2018.

Atualmente há sempre uma versão junto à coordenação durante a Feira e apresentada aos interessados em entrar na Feira, ou que participam eventualmente da Feira.

É importante ressaltar que as reuniões ordinárias da Associação e da Feira ALUMIAR são realizadas conjuntamente, onde a primeira parte é dedicada à discussão dos assuntos referentes à Feira e a segunda parte ao debate das questões referentes à Associação. Infelizmente dificilmente todos os membros participam das reuniões ordinárias, sendo que as reuniões contam em média com 15 componentes que estão regularmente presentes.

No Regimento o Capítulo 1 se refere à Feira ALUMIAR como uma iniciativa da Associação ALUMIAR, que se baseia nos princípios da Agroecologia, e menciona ainda informações sobre o local e dia de funcionamento da Feira.

No capítulo 2 faz referencia aos objetivos da Feira, que se fundamenta na valorização da agricultura familiar, no desenvolvimento sustentável, e valorização dos conhecimentos tradicionais e cultura rural. Coloca ainda a necessidade de que a Feira seja um espaço que possibilite a troca e a difusão de conhecimento, e promova a educação ambiental, sendo que para alcançar esses objetivos sejam realizadas oficinas, mutirões, rodas de conversa, entre outras atividades. Outro objetivo importante a ser destacado é que a comercialização deve ocorrer com um preço justo tanto para feirantes como para consumidores.

O Regimento afirma em seu capítulo 3 que este pode ser modificado e atualizado sempre que seus membros considerarem necessário, mas visando sempre os princípios da Agroecologia, e que a Feira também tem como princípios nenhuma discriminação de raça, gênero, cor e religião. No Capítulo 4 do Regimento ficam definidos que todos os feirantes devem ser associados a ALUMIAR, e que interessados em participar da Feira devem encaminhar solicitação a Coordenação da Feira, e que cada participante deverá ter seus produtos aprovados pela mesma. É reafirmado também que a Assembléia Geral é o órgão máximo de discussão e definição das questões da Feira.

O capítulo 5 se refere aos produtos comercializados na Feira, sua qualidade e suas características, dentro dos princípios já definidos, e como funcionará a fiscalização pela Coordenação da Feira. O horário de montagem e desmontagem da Feira, bem

como suas regras está definido no capítulo 6, assim como o uso do espaço da Feira sua limpeza e manutenção.

O capítulo 7 define sobre as finanças da Feira, as taxas que devem ser pagas pelos associados e pelos visitantes. Uma informação importante que contém este capítulo é que os expositores que não possuem lucro com a Feira, possam solicitar a isenção da taxa. É importante ressaltar que esta parte também fala da importância da assiduidade na Feira e as possíveis penalidades. Todos os deveres e obrigações dos expositores estão descritos no capítulo 8, e um ponto que deve ser ressaltado é que não se pode comercializar nenhum produto ultraprocessado.

A produção cultural e divulgação da Feira devem ser realizadas pela coordenação da Feira, e essa informação está contida no capítulo 9 do Regimento Interno. O capítulo 10 discorre sobre as reuniões da Feira, que deve ocorrer mensalmente, quando também deverão ser discutidos assuntos da associação.

O capítulo 11 trata dos fundos financeiros da Feira ALUMIAR, que será alimentado pelas mensalidades e outras atividades que a Feira possa ter, e serão utilizados na manutenção, divulgação e produção cultural. A prestação de contas deverá ser apresentada pela Coordenação da Feira sempre na primeira reunião do ano. Por último o capítulo 11 se refere à coordenação da Feira, que deverá ser eleita em comum acordo entre os feirantes. O Regimento foi estabelecido de acordo com as necessidades da Feira e com a aprovação dos membros da associação e, se suas regras forem corretamente cumpridas, pode contribuir para o melhor funcionamento e organização da Feira.

4.5. Levantamento das Atividades realizadas pela ALUMIAR

De acordo com o SENAR (2011) o que norteia se organizar em uma associação é a existência de problemas concretos ou dificuldades para os quais a união das pessoas é a solução mais eficaz para resolvê-los.

O principal fundamento no processo associativo é a soma de esforços proporcionando soluções mais eficazes para problemas coletivos. Sendo assim, a formação de um grupo de pessoas conscientes de suas responsabilidades e direitos para com a instituição e comprometidas com a realização dos objetivos propostos no estatuto é o principal elemento a ser observado (SENAR, 2011). Durante a pesquisa foi

percebido que a maioria dos associados tinha essa vontade e responsabilidade de construir coletivamente à Associação ALUMIAR.

Entendemos que as atividades realizadas pela associação como mutirão e reuniões iam além do que momentos de discussão e aprendizados técnicos eram momentos de fortalecimento do grupo em torno do objetivo comum.

Algumas das dificuldades da Associação ALUMIAR estavam relacionadas à alta rotatividade de pessoas que já passaram tanto pela associação como pela Feira. É possível que quando a associação foi formada, apesar de ter um grupo organizado e mobilizado, muitas pessoas não estavam realmente envolvidas e para garantir o sucesso era necessário o comprometimento de todos. Sendo assim, por constituir-se em um processo coletivo, é essencial que as pessoas que compõem a Associação tenham certeza do que querem pessoalmente com o processo e quais benefícios à união do grupo poderá gerar para si mesmo, ou para a comunidade da qual fazem parte (SENAR, 2011). Assim, a ALUMIAR deve pensar em estratégias que conscientizem seus associados a participarem assiduamente de suas atividades, como as reuniões mensais, e assim se sentirem parte nos processos de construção e organização da associação e a Feira.

É necessário que todos os associados cumpram com o pagamento de taxas e participem de ações que revertam recursos financeiros para a associação, com o objetivo de viabilizar os propósitos, e custos que associação venha ater. Isso contribui também para que seus membros participem de atividades e ações de formação e troca de experiência que venham a acrescentar na construção da associação.

Uma associação legalmente registrada possibilita a seus associados ter voz e se fazer ouvir na sociedade e nos espaços de decisão pública, como os conselhos municipais de desenvolvimento rural sustentável, de educação, de saúde, de segurança, de meio ambiente, entre outros (SENAR, 2011). Atualmente a Associação ALUMIAR já tem visibilidade junto às autoridades locais, e tem participado de algumas reuniões junto à prefeitura e as secretarias apresentando suas demandas e solicitando melhorias na praça e na estrutura da Feira, entre outras questões referentes à associação. Ser reconhecido junto ao poder público traz autoestima para os associados e o fortalecimento tanto da Associação quanto da Feira. É importante ressaltar que nos espaços de discussão com o poder público a coordenação da associação assume este papel, que sempre é compartilhado nas reuniões coletivas.

As parcerias com outras entidades locais, como é o caso da Casa dos Saberes, contribuiu na elaboração de projetos que valorizem o agroturismo local, o que pode ser uma estratégia de divulgação da Feira e ainda se refletir sobre a possibilidade de assistência técnica aos agricultores.

Atividades junto a Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro, e a troca de experiência com a Associação Agroecológica de Teresópolis agregam na discussão sobre a Agroecologia, e são momentos importantes para se refletir sobre a avaliação da conformidade da produção orgânica.

A associação tem um papel fundamental na organização da Feira e dos feirantes, além de representá-la nos espaços de discussão que participa. Isso pode ser evidenciado pelas atividades que foram realizadas no período de 13/03/2016 até 26/02/2018 e estão listadas a seguir.

- 30 Reuniões da Associação ALUMIAR e da Feira ALUMIAR;
- 5 Mutirões pedagógicos realizados nos Sítios Terra do Saci, Família Heringer e São Jorge, com a participação de agricultores, feirantes, consumidores e amigos;
- 2 cursos de agrofloresta em sítios de produtores parceiros;
- Oficina sobre Cosmética Natural em parceria com o Sítio Terra do Saci e a organização Mãe D'água;
- Realizamos com outros parceiros o Dia De Ação Social em parceria com o Fórum Agenda 21 Local teve como foco sensibilizar a sociedade sobre os elementos essenciais para uma vida saudável;
- Divulgação e Educação Ambiental com a Ong Prea - Em defesa e pela preservação do Sagui-da-serra-escuro –*Callithrix Aurita*.
- 2 Participações em programas da Radio Comunidade Nova Friburgo com os temas: Saúde do trabalhador rural e mitigação de danos causados pelo uso abusivo e desorientado de agrotóxicos;
- Realização do Dia de Feira na Rodoviária de Nova Friburgo;
- 2 Dia de Feira no município de Macaé (RJ) em parceria com a COMACOMSOL – Coletivo Macaense de Consumo Solidário;
- Participação na Feira do evento Plante Rio na cidade do Rio de Janeiro (RJ);
- Dia do Meio Ambiente com a realização da Feira de trocas e Economia Solidária na Escola Estadual Carlos Maria Marchon;
- Participação do evento Encontro Nossa Cultura com Feira de troca de sementes;

- Roda de conversa sobre PANC's;
- 3 Dia de Feira na Casa dos Saberes em São Pedro da Serra\ Nova Friburgo;
- Participação nas reuniões preparatórias e o IV Encontro Estadual de Agroecologia no município de Paraty (RJ);
- Participação nas reuniões da Regional Serrana da AARJ (Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro);
- Participação da Feira de comemoração dos 20 anos do Ponto de Cultura Rural em São Pedro da Serra\ Nova Friburgo;
- Dia de Campo com estudantes da disciplina de Estágio de Campo I do curso de Geografia da UFRJ;
- Reunião com a Secretaria Municipal de Meio Ambiente e da Casa Civil de Nova Friburgo viabilizar estruturação da Feira ALUMIAR;
- Participação no CBH Rio Macaé, Agenda 21 Nova Friburgo e na Associação de Moradores (AMA) de Lumiar;
- Participação no projeto coletivo do Circuito Agroturístico Altos da Serra Mar em parceria com a Associação Casa dos Saberes São Pedro da Serra;
- Participação na reunião do SPG (Sistema Participativo de Garantia) da ABIO - Associação de Produtores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro - em Nova Friburgo;
- Solicitação e encaminhamento junto ao vereador Nami Alberto Nassif para a concessão da Praça Eugenio Gustavo Brust como área de Utilidade Pública

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Feira ALUMIAR vem se consolidando como uma experiência de comercialização, e um espaço de convivência e troca de conhecimento, cultura e lazer na região de Lumiar. O objetivo geral do trabalho foi alcançado, pois através da pesquisa documental e do trabalho de campo possibilitou-se a elaboração de um diagnóstico da Feira que poderá contribuir com algumas reflexões para avanços nas estratégias de comercialização.

A melhoria da estrutura física da feira é uma necessidade tanto dos feirantes quanto dos consumidores, e é importante ampliar as reflexões para que isso aconteça junto à associação.

Através do levantamento do perfil de seus associados percebeu-se que a Feira tem um papel importante na renda dos feirantes. De acordo com a pesquisa, o nível de escolaridade é alto, tanto dos feirantes como dos consumidores, e há entre esses um bom entendimento sobre a Agroecologia, mas ainda é necessário realizar um trabalho de formação com os associados da ALUMIAR, principalmente no que diz respeito a importância da associação e seus princípios.

A metodologia do relatório de comercialização deve ser aplicada novamente, com um melhor esclarecimento para os feirantes, onde eles se apropriem da importância dessa ferramenta, pois a mesma pode contribuir ao quantificar a produção e comercialização dos produtos da Feira, e ser um instrumento utilizado junto a entidades, como a prefeitura, para a obtenção de recursos para melhorias estruturais, a realização de assistência técnica agroecológica aos agricultores, e outras atividades de formação e troca de experiência. É necessário agregar novos agricultores e feirantes, como estratégia para aumentar a variedade de produtos oferecidos e fortalecer a agricultura local, bem como melhorar a divulgação da Feira tanto para o público de turistas como para os moradores com parcerias entre a Prefeitura, outras entidades, o comércio local, pousadas e hotéis. Além disso, é necessário o maior envolvimento dos moradores locais, através de atividades de conscientização da importância do consumo de alimentos saudáveis e da desmistificação de que os produtos da Feira têm alto custo.

A associação ALUMIAR junto aos seus membros vem discutindo uma forma participativa de avaliação da conformidade da produção orgânica do grupo, mas essa ideia precisa ser estudada e amadurecida, com base na legislação brasileira. A pesquisadora percebeu que a forma mais adequada são os sistemas participativos de

garantia, onde já houve um primeiro momento de sensibilização, e é necessário aprofundar a discussão sobre esse modelo de obtenção do selo orgânico de garantia da produção. A troca de experiência com a Associação Agroecológica de Teresópolis se mostra como uma boa estratégia, pois já ocorre uma aproximação com este grupo que tem mais de 10 anos de experiência, e alguns agricultores já participaram da Feira ALUMIAR como visitantes. Uma das estratégias seria a formação de um grupo na região, o que poderiam aproximar outros agricultores orgânicos locais a associação.

A avaliação da conformidade da produção orgânica por controle social não seria adequada, pois a Feira reúne feirantes de outras categorias de comercialização, além da agricultura que não se enquadram nesse modelo de garantia da qualidade orgânica, tornando-a inviável.

A construção coletiva do Regimento Interno foi fundamental para estabelecer as regras da Feira ALUMIAR e seu cumprimento contribuirá para o melhor funcionamento.

Uma das estratégias para se ampliar as atividades da Feira e melhorar sua estrutura é a busca por políticas públicas e projetos que possam financiar a estrutura física, dar apoio financeiro a construção de oficinas, e assistência técnica aos agricultores.

Consideramos que a pesquisa teve sucesso, pois seus resultados devem ser apresentados e debatidos com os associados da ALUMIAR e contribuir na reflexão sobre estratégias de melhoria no funcionamento e na estrutura da Feira.

6. REFÊRENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, L. S. de; BELLON, S; BRANDENBURG, A.; OLLIVIER, G.; LAMINE, C.; DAROLT, M. R.; AVENTURIER, P. Relações entre agricultura orgânica e agroecologia: desafios atuais em torno dos princípios da agroecologia. *Desenvolvimento e Meio Ambiente*, Curitiba, v. 26, p. 143-160, 2012

ALTIERI, M. A. *Agroecologia: a dinâmica produtiva da agricultura sustentável* / – 1.ed. – Porto Alegre : Editora da UFRGS, 1998.

ALTIERI, M. A. *Agroecologia: bases científicas para uma agricultura sustentável*. Guaíba: Agropecuária, 2002.

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Programa de Análise de Resíduos de Agrotóxicos em Alimentos (PARA). Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/home/alimentos>. Acessado em 25/07/2017.

ARAÚJO, J. R.; MAYER, J. M.; Teia serrana: formação histórica de Nova Friburgo. Rio de Janeiro: Editora do Livro Técnico, 2003.

ASSIS, R. L. de. *Agroecologia no Brasil: análise do processo de difusão e perspectivas*. 2002. 150 p. Tese (Doutorado em Economia Aplicada), Universidade Estadual de Campinas, Campinas.

ASSIS, Renato. *Desenvolvimento rural sustentável no Brasil: perspectivas a partir da integração de ações públicas e privadas com base na agroecologia*. *Economia Aplicada*, v. 10, n. 1, p. 75-89, 2006.

BADUE, A. F. B.; GOMES, F. F. F.. *Parceria entre Consumidores e Produtores na Organização de Feiras* / Instituto Kairós;. - São Paulo: Instituto Kairós, 2011.

BRASIL. ANVISA (AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA). Programa de Análise de Resíduo de Agrotóxico em Alimentos (PARA), dados da coleta e análise de alimentos de 2010. Brasília: Anvisa, 2011a. Disponível em: Acesso em: 21 dez. 2017.

BRASIL. Congresso Nacional. Lei n. 10.831. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. *Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil*. Brasília, 24 de dezembro de 2003. Seção 1, p. 8.

BRASIL, 2006. Lei nº 11.326/06. Dispõem sobre a agricultura familiar. Disponível em: <http://www2.camara.leg.br/legin/fed/lei/2006/lei-11326-24-julho-2006-544830-normapl.html>

BONI, V; QUARESMA, S. J. Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*- Vol. 2 nº 1 (3), janeiro-julho/2005.

CAMAGO FILHO, W.P. de.;CAMARGO, F.P.de.; CAMARGO, A.M.M.P. de.; ALVES, H.S. Algumas considerações sobre a construção da cadeia de produtos orgânicos. *Informações Econômicas*, SP, v.34, n.2, fev. 2004.

- CAMPANHOLA, C.; VALARINI, P. J. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. *Cadernos de Ciência e Tecnologia*, Brasília, DF, v. 18, n.3, p. 69-101, set./dez. 2001.
- CARDOSO, Univaldo Coelho. Associação. / Univaldo Coelho Cardoso, Vânia Lúcia Nogueira Carneiro, Édna Rabêlo Quirino Rodrigues. – Brasília : Sebrae, 2014.
- CARNEIRO, M. J., PALM, J. L., Modos De Vida De Agricultores Familiares De Montanha: Um Estudo De Caso Em São Pedro Da Serra – Nova Friburgo – Rj. *Illuminuras*, Porto Alegre, v. 17, n. 41, p. 180-202, jan/jun, 2016.
- CARNEIRO, M. J.; TEIXEIRA, V. L. Pluriatividade, Novas Ruralidades e Identidades Sociais. In: Campanhola, C. e Graziano da Silva, J. (Orgs.). *O novo rural brasileiro: novas ruralidades e urbanização*. 21ed. Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2004.
- CARNEIRO, F. F. (Org.) Dossiê ABRASCO: um alerta sobre os impactos dos agrotóxicos na saúde / Organização de Fernando Ferreira Carneiro, Lia Giraldo da Silva Augusto, Raquel Maria Rigotto, Karen Friedrich e André Campos Búrigo. - Rio de Janeiro: EPSJV; São Paulo: Expressão Popular, 2015.
- CAPORAL, F.R. E COSTABEBER, J.A. Agroecologia: alguns conceitos e princípios. 24 p. Brasília: MDA/SAF/DATER-IICA, 2004.
- CAPORAL, F. R.; COSTABEBER, J. A. Agroecologia. Enfoque científico e estratégico para apoiar o desenvolvimento rural sustentável. Porto Alegre: EMATER/RS, 2002.
- COELHO, J.D.; PINHEIRO, J.C.V. Grau de organização entre os feirantes e problemas por eles enfrentados nas feiras livres de Cascavel e de Ocara, no Ceará. In: CONGRESSO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL - SOBER, 47, 2009, Porto Alegre: Anais... Porto Alegre: SOBER, 2009.
- COLLA, C.; STADUTO, J.A.R.S.; JÚNIOR, W.F.da R.; RINALDI, R.N. A Escolha da feira livre como canal de distribuição para produtos da Agricultura Familiar de Cascavel - PR. In: CONGRESSO DE ECONOMIA E SOCIOLOGIA RURAL - SOBER, 45, 2007, Londrina: Anais... Londrina: SOBER, 2007.
- COSTA, J. R. P. F.; TURETTA, A. P. D., DONAGEMMA, G. K.; BALIEIRO, F. C. A agricultura no município de Bom Jardim, RJ: Entre a sustentabilidade e a precarização do trabalho. In: Seminário Nacional de Sociologia e Política, 2, 2010, Curitiba. Tendências e desafios contemporâneos: anais. Curitiba: UFPR, 2010.
- COSTA, M. dos S.; SILVA, M. da.; FEIDEN, A.; CAMPOLIN, A. I. Perfil socioeconômico de feirantes brasileiros e bolivianos que comercializam hortaliças folhosas em feiras-livres no município fronteiriço Corumbá-Brasil/Bolívia. *Revista Brasileira de Agroecologia*, Mato Grosso do Sul, MS, v. 3, n. 1, suplemento especial, 2008.
- COLOGNESE, S. A., MÉLO, J. L. B. de. *A Técnica de Entrevista na Pesquisa Social*. In : *Pesquisa Social Empírica: Métodos e Técnicas*. Cadernos de Sociologia, Porto Alegre, PPGS/UFRGS, v. 9, 1998.
- DAROLT, M.R. Alimentos Orgânicos: um guia para o consumidor consciente. 2.ed. Londrina: IAPAR, 2007.

- DAROLT, M. R. Agroecologia : práticas, mercados e políticas para uma nova agricultura / organizadores Paulo André Niederle, Luciano de Almeida, Fabiane Machado Vezzani.— Curitiba : Kairós, 2013
- DAROLT, M.R.; CONSTANTY, H. Estratégias de Fortalecimento entre Produtores e Consumidores Orgânicos. In: ORGÂNICA 2008 – Fórum Internacional do Complexo Agroindustrial Orgânico e Biotecnologias. Anais... Curitiba-PR: Orgânica, 2008.
- DENARDI, R. A. Agricultura familiar e políticas públicas: alguns dilemas e desafios para o desenvolvimento rural sustentável. *Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável*, Porto Alegre, v. 2, n. 3, p. 56-62, 2001
- EHLERS, E. Agricultura Sustentável: origens e perspectivas de um novo paradigma. 2a. ed. Guaíba - RS: Agropecuária, 1999. 157p.
- EMBRAPA, Marco referencial em agroecologia / Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária. – Brasília, DF : Embrapa Informação Tecnológica, 2006.
- ESPINDOLA, J. A. A. ; GUERRA, J. G. M. ; ALMEIDA, D. L. de ; RIBEIRO, R. L. Duarte . Gestão do nitrogênio em sistemas orgânicos de produção através da adubação verde.. *Ciência & Ambiente*, Santa Maria - RS, v. 29, p. 123-130, 2004.
- FEIDEN, A.; ALMEIDA, D. L. de; VITOI, V.; ASSIS, R. L. de. Processo de conversão de sistemas de produção convencionais para sistemas de produção orgânicos. *Cadernos de Ciência e Tecnologia*, Brasília, v. 19, n. 2, p. 179-204, 2002.
- FRAGOSO, J. L.R. A nobreza vive em bandos: a economia política das melhores famílias da terra do Rio de Janeiro, século XVII. *Tempo. Revista do Departamento de História da UFF, Niterói*, v. 8, n.15, p. 11-35, 2003.
- Fonseca, M. F. A. C.. Agricultura orgânica: introdução às normas, regulamentos técnicos critérios para acesso aos mercados dos produtos orgânicos no Brasil. / Maria Fernanda de Albuquerque Costa Fonseca, com a colaboração de Shirlene C. Alves Barbosa... [et al.]. -- Niterói : Programa Rio Rural, 2009.
- GIL, A. C. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GLIESSMAN, S. R. *Agroecologia* – processos ecológicos em agricultura sustentável. Porto Alegre: Editora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000. 653p.
- GODOY, I.W.; ANJOS, F.S. dos.A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v.2, n.1, fev. 2007a.
- GODOY, W.I.; ANJOS, F.S. dos.O perfil dos feirantes ecológicos de Pelotas-RS. *Revista Brasileira de Agroecologia*, v.2, n.1, fev. 2007b. IPARDES - Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social. O mercado de orgânicos no Paraná: Caracterização e Tendências. Curitiba:
- GUIVANT, J. S. Os Supermercados na oferta de alimentos orgânicos: apelando ao estilo de vida ego-trip. *Ambiente e Sociedade*, v.4, n.2, p. 62-82, 2003
- HOLZER, S. A broa de Lumiar: o lugar de uma tradição familiar. Belo Horizonte, 2015.

HOLZER, W. Paisagem cultural e arquitetura vernacular: o caso dos suíços e Nova Friburgo. Belo Horizonte, 2015.

<https://www.conceitozen.com.br/quick-massage.html>

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (30 de agosto de 2017). «Estimativas da população residente no Brasil e unidades da federação com data de referência em 1º de julho de 2017» (PDF). Consultado em 26 de fevereiro de 2018.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Censo Agropecuário 2006. Rio de Janeiro, 2006.

KLUTH, B.; BOCCHI JR., U.; CENSKOWSKY, U. Pesquisa sobre o comportamento e a percepção do consumidor de alimentos orgânicos no Brasil – 2010. München, Germany: Organic Services e Jundiaí-SP: Vitalfood, 2010.

a

LAKATOS, E. M. e MARCONI, M. A. *Técnicas de pesquisa*. 3 edição. São Paulo: Editora Atlas, 1996.

LIMA, K. S. de. A agricultura orgânica produzida no brejal na zona rural do distrito da posse e o perfil dos consumidores no empório orgânico. Universidade Candido Mendes, Rio de Janeiro, 2010

LINS, A, P. M. et al. Alimentação saudável, escolaridade e excesso de peso entre mulheres de baixa renda. *Ciênc. saúde coletiva*[online]. 2013, vol.18, n.2, pp.357-366. ISSN 14138123. <http://dx.doi.org/10.1590/S1413-81232013000200007>

MACHADO, L.C.P., MACHADO FILHO, L.C.P. *Dialética da agroecologia*. São Paulo: Expressão Popular, 2014. 360 p. MACHADO, V. *A Modernização da Agricultura e a Produção do Biocombustível como Energia Alternativa: Uma Reflexão Crítica*. *Tékhné e Lógos*, Botucatu, SP, v.1, n.2, fev. 2010.

MALUF, R.S.J. *Segurança Alimentar e Nutricional*. Petrópolis, RJ, ED: Vozes, 2007.

MATOS FILHO, A. M. *Agricultura Orgânica sob a perspectiva da sustentabilidade: uma análise da região de Florianópolis – SC, Brasil*. Florianópolis: UFSC, 2004. (Dissertação de mestrado).

MAZOYER, M., ROUDART, L. *História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea* [tradução de Cláudia F. Falluh Balduino Ferreira]. – São Paulo: Editora UNESP; Brasília, DF: NEAD, 2010.

a

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). *Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade*. 9 Edição. Petrópolis: Editora Vozes, 1998.

MINAYO, M.C.S. *Pesquisa social: Teoria, método e criatividade*. 19 ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

PALM, J, L. Agroindústrias familiares e Feira Livre dos Produtores rurais de Teutônia-RS (1985-2011): estruturação de alternativas de mercantilização da agricultura familiar em meio ao predomínio da integração a grandes agroindústrias. In: CONTERATO, M. A. et al (orgs). *Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos*. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013. p. 78 – 98.

- PRIMAVESI, A. M. Manejo ecológico do solo: a agricultura em regiões tropicais. São Paulo, Nobel, 1997.
- REGO, V. V. B. S. Paraísos perdidos ou preservados: a conquista da cidadania em áreas de proteção ambiental. In.: Anais do Encontro Nacional da ANPAS. GT - Mudanças ambientais globais: a contribuição da ANPAS ao debate, 6, Brasília, 2008.
- PORTILHO, F. Consumidores de alimentos orgânicos: discursos, práticas e auto-distribuição de responsabilidades socioambiental. IN: 26ª. Reunião Brasileira de Antropologia, 01-04 de junho de 2008, Baía.
- SALES, A. P., REZENDE L.T., SETTE. R. S., NEGÓCIO FEIRA LIVRE: UM ESTUDO EM UM MUNICÍPIO DE MINAS GERAIS. III Encontro de Gestão de Pessoas e Relações de Trabalho, João Pessoa, 2011.
- SANGLARD, G. De Nova Friburgo a Fribourg: através das letras: a colonização suíça vista pelos próprios imigrantes. História, Ciências, Saúde.Manguinhos, vol. 10(1): 173-202. 2013
- SENAR - Serviço nacional de Aprendizagem Rural Associações rurais: práticas associativas, características e formalização / Serviço Nacional de Aprendizagem Rural. -- Brasília: SENAR, 2011. 56p. : il. ; 21 cm -- (Coleção SENAR; 153)
- SILIPRANDI, Emma. Mulheres e agroecologia: transformando o campo, as florestas e as pessoas. / Emma Siliprandi. – Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.
- TRIVIÑOS, A.N.S. Introdução à pesquisa em ciências sociais. São Paulo: Atlas, 1987.
- TOLEDO AR, THOMÉ DS, FRANCISCO RR, BASSI S, ROSANELI, CF. Perfil dos consumidores de feiras livres da cidade de maringá/PR. Rev. Saúde e Biol. 2008; 3 (1) :1621.
- VEDANA, V.—Fazer a feiral: estudo etnográfico das —artes de fazer|| de feirantes e fregueses da Feira Livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre/RS. Originalmente apresentada como dissertação de mestrado, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2004.
- VEDANA, V. 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)—Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.
- WANDERLEY, N.M.B., Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade Estudos Sociedade e Agricultura, Rio de Janeiro, 21, Outubro, 2003: 42-61.
- WEID, J.M.; ALTIERI, M. Perspectivas do manejo de recursos naturais com base agroecológica para agricultores de baixa renda no século XXI. In: LIMA, Dalmo Marcelo de Albuquerque; WILKINSON, John. (Org.). Inovações nas tradições da agricultura familiar. Brasília: CNPq/Paralelo 15, 2002, p. 229 – 248.
- WEID, J. M.. Agricultura Familiar: sustentando o insustentável? Revistas Agriculturas: Experiência em Agroecologia. Leisa Brasil, v. 7, n. 2, p. 4-7, jul. 2010.
- WILKINSON, J. Distintos enfoques e debates sobre a produção familiar no meio rural. Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável, v. 1, n. 3, p. 11-19, 2000.

7. ANEXOS

7.1. Anexo A - Caracterização geral da feira (estrutura e funcionamento)

Localização:
Número de barracas:
Número de feirantes:
Dia da semana e horário de funcionamento:
Coordenação:

7.2. Anexo B - Perfil sócio-econômico e produtivo dos feirantes da Feira ALUMIAR



Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Programa de Pós-Graduação em Agricultura Orgânica – PPGA O

Perfil sócio-econômico e produtivo dos feirantes da Feira ALUMIAR

1. Nome: _____ 2. Idade: _____
 3. Endereço: _____

 4. Sexo: () F () M 5. Estado Civil: _____ 6. Tem filhos (quantos)? _____
 7. Origem: () Rural () Urbano 8. _____ Tempo: _____
 9. Grau de escolaridade: _____ 10. Profissão: _____
 11. Renda Familiar em salários mínimos: () 1 - 3, () 3 - 6, () 6- 9, () 9 – 12, () 12-15, () > 15
 12. Atividades que compõem a renda do núcleo familiar: _____
 13. Quais produtos comercializa: () Hortaliças () Alimentação () Bem estar e saúde () Artesanato
 14. Quais são os itens produzidos e comercializados na feira:
In Natura _____
Processados _____ Outros _____
 15. Sistema de produção: () orgânico, () convencional, () produção paralela, () em transição
 16. Há troca de produtos entre os feirantes para compor as bancas?
 17. Qual é o seu faturamento semanal médio?
 18. Qual é o percentual de contribuição da feira em relação à sua renda?
 19. Como você avalia: B – Bom; R – Regular; I – Ineficiente; N – Não existe
- a. () Estrutura da barraca

- b. ()Localização da feira
 - c. ()Limpeza da feira
 - d. ()Segurança da feira
 - e. ()Infraestrutura: banheiros
 - f. Outros_____
20. Quais são as vantagens e as dificuldades para o exercício das atividades como feirante?
21. Acessa outros canais de comercialização? Quais:
22. Tem dificuldade para escoamento da produção? ()S () N Quais?
23. Usa alguma estratégia para agregação de valor aos produtos? ()S () N Quais?
24. Você considera importante a participação na associação? ()S () N Quais os benefícios que essa participação traz ou pode trazer a você?
25. Além da ALUMIAR participa de outras organizações sociais? ()S () N Quais e como funcionam?
26. Você considera que tem acesso às atividades e informações da associação? Como isso ocorre?
27. Como a feira pode melhorar na divulgação dela e de suas atrações culturais?
28. Quais as suas sugestões para a melhoria da ALUMIAR?

7.3. Anexo C - Perfil dos Consumidores da Feira



Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Programa de Pós-Graduação em Agricultura Orgânica – PPGA0

Perfil dos consumidores da FEIRA ALUMIAR

Nome: _____ Idade: _____ Sexo: () F () M Estado Civil: _____

Grau de escolaridade: _____ Profissão: _____

Renda Familiar em salários mínimos:

1 – 3 () , 3 – 6 () , 6- 9 () , 9 – 12 () , 12-15 () , > 15 ()

Morador: () Lumiar () São Pedro da Serra () Outro: _____

Se for morador: () Sempre morou () Veio morar Há quantos anos: _____

Turista: () 1ª vez () As vezes () Freqüente

Que produtos procuram: () Alimentos () Hortaliças () Artesanato () Bem estar e saúde

*Enumere de acordo com a sua preferência de 1 a 4

Qual dia prefere a feira: () Sábado () Domingo Porque: _____

Acha importante a certificação orgânica dos produtos: () sim () não Porque: _____

Quais produtos ou serviços faltam na feira: _____

Quais suas sugestões para melhoria da feira: _____

7.4. Anexo D - Relatório de Comercialização

Feira da ALUMIAR					
Relatório de Comercialização					
Barraca n.º / Produtor (a) tel:			Data:		
Item	Produto	Unidade	Valor Unitário (R\$)	Quantidade levada	Sobra
1					
2					
3					

7.5. Anexo E - Regimento da Feira

REGIMENTO INTERNO DA FEIRA ALUMIAR

Versão - 2018

CAPÍTULO I – Princípios Gerais

- a) A Feira ALUMIAR é uma iniciativa da Associação ALUMIAR - Associação Agroecológica e Agricultura Familiar de Lumiar e Arredores. Baseada nos conceitos da Agroecologia trata-se de uma ação de cooperação coletiva para comercialização de produtos e serviços da região, em local aberto ao público, resultado do trabalho de agricultores familiares, processadores e artesãos de pequeno porte. A Feira é realizada aos domingos na Praça Eugenio Gustavo Brust, Lumiar – Nova Friburgo, podendo sofrer alterações segundo calendário de eventos de outras resoluções aprovadas pela Associação.

CAPÍTULO II - dos Objetivos

- a) Realizar uma feira semanal, baseada nos conceitos da agroecologia e da agricultura familiar e do desenvolvimento sustentável;
- b) Incentivar a valorização dos conhecimentos tradicionais e a cultura rural;
- c) Garantir espaços para troca de conhecimento entre feirantes e consumidores;
- d) Promover a multiplicação e difusão de conhecimentos sobre a agroecologia, arte, saúde, alimentação, consumo consciente e economia solidaria;
- e) Promover a Educação Ambiental e a preservação do Bioma Mata Atlântica;
- f) Realizar oficinas, mutirões e rodas de conversa sobre agroecologia e temas afins;
- g) Incentivar o comércio direto e com preço justo;
- h) A feira será classificada em quatro categorias representativas que são: Agricultura, Alimentação, Bem estar e saúde e Artesanato. Todas as barracas serão enquadradas nessas categorias podendo a mesma barraca se enquadrar em uma categoria ou mais de uma.

CAPÍTULO III - Da origem do documento, da aplicação e da revisão

- a) Este documento deve ser revisado e atualizado sempre que necessário, pela Coordenação da Feira, Diretoria da Associação e seus associados.
- b) Rege-se pelo Regimento Interno, pelas deliberações de Assembléia, visando sempre os princípios da Agroecologia.
- c) A Feira ALUMIAR pauta as suas ações e modelo organizacional nos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, economicidade e da eficiência e não faz qualquer discriminação de raça, cor, gênero, nacionalidade, convicção política ou religiosa.

CAPÍTULO IV - Da constituição do grupo Feira ALUMIAR das Condições Gerais

- a) Fica definido que os participantes da Feira ALUMIAR serão denominados de Feirantes/ Expositores.
- b) Todo feirante deve ser associado da ALUMIAR;
- c) Os novos interessados em participar da Feira deverão encaminhar pedido a Coordenação da Feira que irá realizar parecer após análise da solicitação.
- d) O membro efetivo do grupo deverá ter idade mínima de 18 anos e seus parceiros deverão ter no mínimo 16 anos.
- e) Cada participante deve ter especificado seus produtos após aprovação da Coordenação da Feira, que ficará responsável pela fiscalização dos produtos que comporão cada barraca, e incentivando sempre que possível os princípios da não concorrência de produtos entre os associados, garantindo, assim, os conceitos da cooperação coletiva e da Economia Solidária
- f) O grupo da Feira terá um livro de presença que deverá ser assinado pelos participantes ou seu substituto que estiver na barraca no dia.
- g) A Coordenação da Feira irá marcar reunião com os expositores/feirantes sempre que necessário.
- h) Ao descumprimento das normas constantes deste termo serão aplicadas as seguintes sanções: Advertência escrita e suspensão da participação na Feira a cargo da Coordenação da Feira e exclusão do associado a cargo da Assembleia Geral.

CAPÍTULO V - Da Seleção de novos expositores e produtos

- a) Os produtos expostos e/ou comercializados na Feira ALUMIAR devem ter as seguintes características: a preocupação com a preservação ambiental e com os conceitos de sustentabilidade, que devem permear todo o processo produtivo, desde a concepção até a execução, e também na sua comercialização e descarte.
- b) Produtos Agrícolas: devem ser oriundos da agricultura familiar, em sistema produtivos agroecológicos ou em transição, visando à promoção da saúde e qualidade de vida.
- c) Produtos Manufaturados: devem ser resultado de trabalho manual, que respeitem os princípios da Agroecologia, nas diversas áreas de abrangência, seja na alimentação, no artesanato, e bem estar e saúde.
- d) A avaliação dos produtos será realizada pela Coordenação da Feira ALUMIAR, e se houver alguma divergência, a questão será encaminhada a Assembléia da Associação.
- e) Os critérios para seleção de novos trabalhos e produtos têm, necessariamente, consonância com o este Regimento. Será preservado sempre o veto aos produtos industrializados, assim como aqueles oriundos de processos associados à degradação ambiental e exploração das pessoas envolvidas na sua produção;
- f) A Feira ALUMIAR não se responsabiliza e nem se obriga a qualquer tipo de garantia relativa ao sucesso do expositor, ficando claro que este é um negócio que envolve riscos e oportunidades.
- g) Não será permitida a exposição e comercialização de produtos que não tenham sido avaliados pela Coordenação da Feira, ou em eventos externos que levem o nome da Feira ALUMIAR. Nesses casos, o expositor será advertido por escrito e, posteriormente, excluído do quadro de expositores ao tornar-se reincidente;
- h) O expositor que desejar expor ou comercializar novos produtos, similares ou diversos, deverá submetê-los a Coordenação da Feira;

CAPÍTULO VI- Da Montagem

- a) Os expositores devem montar suas bancas de preferência até as 9h de cada domingo;
- b) O expositor só poderá ter sua banca desmontada a partir das 13h, independente do volume de público visitante e ou esgotamento de mercadorias;
- c) Caso o expositor infrinja os itens a) e b) do Capítulo VI, a Coordenação da Feira poderá conversar com o expositor, sendo reincidente, poderá receber uma advertência pela coordenação da Feira e caso ainda haja reincidência o expositor poderá levar uma suspensão da coordenação.
- d) A utilização de espaços que extrapolem o limite da cada banca só poderá ser feita com prévia autorização da organização e poderá ser revogada pela mesma quando julgar necessário;
- e) Não será permitido ao expositor a transferência da vaga para terceiros. No ato da desistência, a vaga será colocada à disposição da Coordenação da Feira ALUMIAR. A desistência por parte do expositor deverá acontecer mediante uma prévia comunicação à organização da Feira ALUMIAR.
- f) As coberturas adicionais das bancas destinadas à proteção do sol e chuva deverão obedecer aos padrões de tamanhos e cores definidas pela organização da Feira e os custos correrão por conta dos expositores.
- g) Os expositores são responsáveis pela manutenção, limpeza e preservação de seu espaço. Os expositores que comercializam produtos alimentícios deverão obedecer às normas da vigilância sanitária.

CAPÍTULO VII - Das Finanças e da Assiduidade

- a) Para todos os expositores, o pagamento da locação das bancas será feito mensalmente. Cada expositor deverá colaborar com R\$ 30,00 por mês. A taxa será alterada anualmente de acordo com a Coordenação e de acordo com as necessidades da Feira.
- b) O expositor que não obtiver renda com a venda dos seus produtos, pode pleitear junto à Coordenação da Feira a isenção do pagamento da taxa de barraca. Este pedido será avaliado e respondido na próxima Feira, podendo ser propostas, trocas de serviços ou um valor diferenciado em comum acordo entre o expositor e a coordenação.

- c) O expositor que faltar à Feira deverá enviar um representante ou justificar a sua ausência sempre que possível;
- d) Para os investimentos e penalidades acima mencionadas, a cobrança será todo dia 10 mensalmente.
- e) A contribuição para música fica estabelecida em R\$5,00 a cada Feira que tiver música sendo um custo mensal total de R\$20,00 além dos R\$30,00 para locação das barracas.
- f) Os expositores eventuais deverão pagar uma taxa de R\$15,00 por Feira que será dividido R\$10 para a associação e R\$5,00 para a música obrigatoriamente.
- g) A Coordenação de Feira pode a seu critério isentar a taxa de barraca do expositor que estiver em período de experiência na Feira.

CAPÍTULO VIII - Dos Deveres Do Expositor

- a) A adesão do expositor é livre, de espontânea vontade, implicando na aceitação de todas as normas deste regimento interno.
- b) Serão consideradas infrações gravíssimas, punidas com o desligamento do expositor do quadro da Feira:
- c) A produção de lixo e outros detritos sem acondicionamento adequado;
- d) A agressão física ou moral, bem como discussões entre os expositores;
- e) Em caso do feirante mentir ou omitir ao consumidor qualquer informação relativa aos seus produtos, fornecedores e/ou modos de produção e ocorra denúncia à Coordenação da Feira, este será julgado sendo passível desde advertência por escrito e até expulsão da Feira.
- f) A realização de negócios em nome da Feira ALUMIAR, sem prévia autorização da Coordenação da Feira;
- g) A comercialização de produtos industrializados ou de terceiros, senão aqueles aprovados pela comissão de avaliação de produtos na ocasião de seu cadastramento na Feira ALUMIAR.

CAPÍTULO IX – Da Produção Cultural e Divulgação da Feira

- a) A Coordenação da Feira deve propor folders, informativos e banners que serão afixados em locais estratégicos para vias de divulgação da Feira;

- b) A Coordenação da Feira deverá ser responsável pela divulgação no Facebook e outros meios virtuais nos quais a ALUMIAR estiver inserida.
- c) Organização e garantia de atividades culturais e ou musica ao vivo na Feira.

CAPÍTULO X – Das Instâncias Deliberativas

- a) As reuniões periódicas discutirão principalmente a Feira e serão espaços deliberativos onde as pautas deverão ser avisadas com antecedência e aprovadas pelos presentes.

As reuniões da Feira ALUMIAR ocorrerão periodicamente, e serão realizadas mensalmente sendo o início da reunião dedicado aos assuntos da associação e sua outra metade dedicada aos assuntos da Feira sendo sempre às segundas sextas feiras de cada mês de preferência após as 18 horas.

CAPÍTULO XI – Dos fundos

- a) O fundo administrativo será o capital de giro da Feira ALUMIAR sendo possível acessá-lo para os mais diversos fins, decididos pelo coletivo ou pela Coordenação da Feira nas decisões que necessitarem maior urgência.
- b) O fundo administrativo será alimentado pela mensalidade dos associados e por recursos advindos dos eventos, produtos e serviços prestados pela Feira ALUMIAR.
- c) A prestação de contas deverá ser apresentada pela Coordenação da Feira, na primeira reunião periódica do ano ou quando for solicitado por algum associado.
- d) O fundo da Feira será utilizado exclusivamente para a manutenção da Feira e seus objetivos, e poderá ser utilizado para impressão de banners, cartazes e folders para divulgação da Feira, e também para compra ou melhoria das barracas da associação, na produção de atividades culturais, entre outras atividades que seus associado julgarem importantes.

CAPÍTULO XII - Coordenação de Feira

- a) A Coordenação da Feira será eleita em comum acordo entre os feirantes e será composta de dois membros coordenadores de Feira e dois membros coordenadores de ações culturais e outras.