

TERRITÓRIO, REDES CURTAS DE COMERCIALIZAÇÃO E CONSUMO DE ALIMENTOS DA AGRICULTURA CAMPONESA – FRANCISCO BELTRÃO, PR

Rogério Michael MUSATTO¹

Marcos Aurélio SAQUET²

RESUMO

Nosso objetivo principal foi analisar os circuitos curtos de comercialização de alimentos para consumo humano dinamizados por agricultores camponeses de Francisco Beltrão (PR), a partir das feiras livres onde se vendem produtos agroecológicos, tentando qualificar a opção teórico-metodológica adotada e, ao mesmo tempo, gerando subsídios que possam ser utilizados na construção participativa de projetos de desenvolvimento territorial em redes locais de cooperação. Os procedimentos utilizados no processo de pesquisa foram os seguintes: pesquisa bibliográfica e documental, aplicação de questionários, realização de entrevistas e análise dos dados secundários do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) referentes ao município de Francisco Beltrão - PR. Os principais resultados atingidos são a compreensão das principais características dos camponeses feirantes e dos seus consumidores de Francisco Beltrão, evidenciando a certificação participativa feita pela Rede Ecovida de Agroecologia e as dificuldades encontradas no consumo realizado nas feiras estudadas.

Palavras chave: Território. Alimentos. Redes curtas.

¹ Geógrafo e Mestre em Geografia pela Unioeste - PR.

² Professor Associado da Unioeste. Doutor em Geografia pela Unesp - Presidente Prudente.

**TERRITORY, SHORT MARKETING NETWORKS AND FOOD
CONSUMPTION OF PEASANT AGRICULTURE - FRANCISCO
BELTRÃO, PR**

ABSTRACT

Our main objective was to analyze the short circuits of the commercialization of foods for human consumption stimulated by farmers of Francisco Beltrão (PR), starting from the free markets where agroecological products are sold, trying to qualify the adopted theoretical-methodological option and, at the same time, generating subsidies that can be used in the participatory construction of territorial development projects in local cooperation networks. The procedures used in the research process were as follows: bibliographic and documentary research, application of questionnaires, interviewing and analysis of secondary data of the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE) of Francisco Beltrão - PR. The main results achieved are the understanding of the main characteristics of the farmers and their consumers of Francisco Beltrão, evidencing the participatory certification made by the Ecovida Network of Agroecology and the difficulties encountered in the consumption of the fairs studied.

Keywords: Territory. Foods. Short networks.

1 INTRODUÇÃO

Em Francisco Beltrão – Sudoeste do Paraná -, em 2006, havia o predomínio, no pessoal ocupado nas atividades agropecuárias, dos trabalhadores *com laço de parentesco com o produtor*, ou seja, o trabalho familiar correspondia a 89% do total. Nesse município havia 2.805 estabelecimentos classificados como *familiares* (37.481 ha) e 373 *não familiares* (16.652 ha) – classificação definida com base na Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006 -, com um tamanho médio de 13,4 ha para os considerados familiares pelo IBGE. Os principais cultivos (em produção, ton) eram milho, soja e mandioca, complementados por outros produzidos em quantidade bem menor, tais como amendoim, batata-doce, arroz, batata-inglesa, cebola, melancia, melão, sorgo, tomate, alho, aveia, trigo e fumo (IBGE – Censo Agropecuário, 2006 – Lavoura Temporária), caracterizando uma diversidade agrícola considerável.

Já em 2017, em Francisco Beltrão, os principais cultivos (em produção, ton) são a soja, o milho e trigo, com significativa criação de galinhas, bovinos e suínos, juntamente com a produção de leite e de outros produtos, como mandioca, batata-doce, batata-inglesa, cebola, tomate e alho (IBGE – Produção Agrícola e da Pecuária Municipal, 2016). Neste Censo, registrou-se o total de 2.941 estabelecimentos rurais, dos quais, 88% com trabalho familiar (2.599) e o restante com trabalhadores *sem laço de parentesco* (342 estabelecimentos) (Censo Agropecuário 2017 – Resultados Preliminares).

No que se refere à modernização da agricultura, identificamos algumas características predominantes no Sudoeste do Paraná a partir dos anos 1970: a) aumento considerável da quantidade de tratores e de colheitadeiras; b) prática de aluguel de parte das máquinas para realização do processo produtivo; c) aumento significativo da utilização dos insumos químicos; d) aumento da produção da soja e do milho; e) aumento do número de arados de tração mecânica; f) aumento substancial da quantidade de contratos de financiamento para custeio da produção agrícola. Esse processo de modernização não ocorreu, porém, de forma homogênea em todos os municípios do Sudoeste Paranaense, manifestando-se com diferentes ritmos, mudanças e continuidades territoriais como a permanência dos pequenos estabelecimentos de produção camponesa realizada por meio das *relações de produção não especificamente capitalistas* (ALVES DOS SANTOS, 2008; ALVES DOS SANTOS e SAQUET, 2010).

E é no bojo da expansão da modernização agrícola no Sudoeste do Paraná, a partir dos anos 1970 e da concomitante reprodução histórica do trabalho familiar em pequenos estabelecimentos rurais, que se substantivam as primeiras reações em favor de uma prática agrícola *alternativa*, ou seja, que fizesse frente ao movimento centrado na utilização de insumos químicos, máquinas e implementos. No Sudoeste, as primeiras iniciativas em favor da produção agroecológica de alimentos surgem na década de 1970 a partir das atividades realizadas pela Associação de Estudos, Orientação e Assistência Rural (ASSESOAR) em Francisco Beltrão (SAQUET, 2017).

Desse modo, neste contexto sucintamente descrito, nosso objetivo principal foi analisar os circuitos curtos de comercialização de alimentos para consumo humano dinamizados por agricultores camponeses de Francisco Beltrão (PR), a partir das feiras livres onde se vendem produtos agroecológicos, tentando qualificar a opção teórico-metodológica adotada e, ao mesmo tempo, gerando subsídios que possam ser utilizados na construção participativa de projetos de desenvolvimento territorial em redes locais de cooperação. Os procedimentos utilizados no processo de pesquisa foram os seguintes: pesquisa bibliográfica e documental, aplicação de questionários, realização de entrevistas e análise dos dados secundários do IBGE referentes à Francisco Beltrão - PR.

A pesquisa empírica se estendeu de maio de 2017 até maio de 2019. O levantamento de preços foi realizado *in loco* na Feira dos Agricultores Familiares, realizada todos os sábados de manhã no Bairro Vila Nova, e na Feira Ecológica da CANGO, ambas localizadas na cidade de Francisco Beltrão. A primeira acontece desde outubro de 2014, com 7 agricultores, onde 2 deles têm produção agroecológica e certificação da Rede Ecovida de Agroecologia; já a segunda, que é a feira agroecológica mais antiga do município, é organizada desde 1997, conta com 3 agricultores certificados pela Rede Ecovida e 1 agricultora que não possui certificação, pois está em processo de transição agroecológica.

Outrossim, estudamos as instituições diretamente vinculadas à Agroecologia em Francisco Beltrão: ASSESOAR, Rede ECOVIDA e Associação das Agricultoras e dos Agricultores Ecológicos de Francisco Beltrão. Evidentemente, todos os dados coletados (primários e secundários) foram tabulados e analisados, servindo de base para a redação dos textos planejados. Esse projeto de pesquisa foi financiado pela Fundação Araucária (Edital nº 17/2016 - Pesquisa Básica e Aplicada). Nesta oportunidade, evidenciamos os resultados conseguidos nas pesquisas

bibliográfica e empírica sobre a comercialização e o consumo feito em duas feiras agroecológicas de Francisco Beltrão, consoante já evidenciamos.

Nossa opção de abordagem está pautada numa concepção territorial histórico-crítica e reticular - redes de circulação e comunicação - (RAFFESTIN, 1993 [1980]; DEMATTEIS, 1985; FERNANDES, 2008; SAQUET, 2003, 2007, 2015 [2011], 2017). Assim, as *unidades produtivas e de vida camponesas* (SHANIN, 1971) são compreendidas como *territórios de produção, existência, vida, luta e resistência* (THOMPSON, 1998 [1991]; FERNANDES, 1996, 2007, 2008).

As territorialidades correspondem às relações sociais e acontecem em cada família, entre as famílias, entre os indivíduos de diferentes lugares. Essas relações são *próximas* e *distantes*, de *alteridade* e *exterioridade* (DEMATTEIS, 1964; RAFFESTIN, 1977, 1993 [1980]), formando diferentes redes de circulação e comunicação. Há relações assimétricas, de poder, liderança, conflito, concorrência que coexistem com relações simétricas, de cooperação e solidariedade.

O território é resultado das territorialidades e do processo de territorialização, apropriado e construído histórica e socialmente, substantivando-se como um *campo de poder* (RAFFESTIN, 1993 [1980]; SAQUET, 2007) em virtude das relações de classe e das relações sociedade-natureza estabelecidas. Os elementos e processos fundamentais do território são as relações de poder, as redes de circulação e comunicação e a identidade, todos processos sociais que se dão historicamente nas relações que os homens mantêm entre si e com sua natureza exterior. As redes podem assumir diferentes significados sociais e extensões espaciais, bem como distintas durações temporais. Para nós, são fundamentais as redes curtas, formadas por meio das territorialidades entre o campo e a cidade, entre o urbano e o rural, normalmente, centradas em relações de confiança entre produtores e consumidores, com o significado da cooperação, da sinergia e da solidariedade. Colocam à disposição dos consumidores produtos locais, estabelecendo-se *fortes vínculos* entre identidade, cultura, sinergia, rede organizativa e território (BELLIGGIANO e DE RUBERTIS, 2012; SAQUET, 2017).

A Agroecologia, por sua vez, corresponde a uma atividade por meio da qual são estabelecidas relações com o lugar, práticas e habilidades são criadas nas interações sociais e ambientais. Um dos aspectos centrais das práticas agroecológicas é a autonomia dos sujeitos que definem o sistema de preparo do solo, os vegetais cultivados, a regulação do tempo de trabalho e de descanso, dinamizando o uso adequado do solo, das plantas e da água. As práticas agroecológicas requerem planejamento e uma sistemática de atividades de manejo, utilizando-se

técnicas e tecnologias adequadas (RODOMSKY, 2010; SAQUET, 2017). A experimentação diária é fundamental, principalmente na construção de um conhecimento profundo das técnicas e de cada estabelecimento rural (REDE ECOVIDA, 2004).

Inserida em uma realidade em que o modelo de agricultura predominante economicamente apresenta profundas contradições, no movimento agroecológico, lançam-se questionamentos econômicos, políticos e ambientais, passando pelo âmbito da saúde dos produtores e consumidores, até a revalorização de saberes tradicionais de cada grupo social e território.

No Brasil, a Agroecologia foi difundida com a meta principal de produzir alimentos sem insumos químicos e sem provocar impactos desnecessários ou irreparáveis no ambiente. As experiências agroecológicas acontecem dispersas, principalmente a partir dos anos 1980-90, com os movimentos ambientalistas, a atuação de algumas Organizações Não Governamentais (ONGs) e da Rede de Projetos em Tecnologias Alternativas (a partir de 1983), da criação da Associação de Agricultura Orgânica (em 1989), do Encontro Nacional de Agroecologia (2001), da criação da Associação Nacional da Agroecologia (em 2002), da Associação Brasileira de Agroecologia (em 2004), da Articulação Nacional de Agroecologia (2006), enfim, com base num conjunto de iniciativas (embora nem sempre com os mesmos princípios e objetivos) e sob a influência dos estudos de Miguel Altieri, Víctor Toledo, Eduardo Gusmán, Manuel Molina, Stephen Gliessman, entre outros. (SCHMITT, 2009; ARRIEL SAQUET et al, 2005; MARCO REFERENCIAL EM AGROECOLOGIA, 2006; ALTIERI e TOLEDO, 2011; GRIGOLO, 2016; SAQUET, 2017).

A Agroecologia substantiva-se, nesse movimento, como prática produtiva e de vida, processo que também ocorre no Sudoeste do Paraná, contrapondo-se ao cultivo convencional e à produção capitalista centrada no uso de insumos químicos e na mecanização. Atualmente, as principais instituições vinculadas à Agroecologia, em Francisco Beltrão, são a ASSESOAR, a Rede Ecovida de Agroecologia, a Secretaria Municipal da Agricultura e a Associação das Agricultoras e Agricultores Ecológicos de Francisco Beltrão, juntamente com o Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR) e o Coletivo das Mulheres camponesas que, em conjunto, dinamizam oito feiras livres semanalmente nesta cidade. Destas, escolhemos estudar duas, entre 2017 e 2019, onde se vendem produtos agroecológicos: a Feira CANGO e a Feira Vila Nova, ambas localizadas nos bairros de mesmo nome.

Em nossa pesquisa de campo realizada no município de Francisco Beltrão, constatamos algumas diferenças em termos de organização e atuação dos camponeses que produzem alimentos

ecológicos. A maioria diversifica seu estabelecimento com a prática da agricultura convencional para a comercialização, outros, em quantidade bem menor, dedicam-se à produção agroecológica de alimentos para o consumo familiar e venda por meio das redes curtas. Destes últimos, alguns produzem de acordo com a legislação nacional e são certificados pela Rede Ecovida de Agroecologia, instituição crucial na produção e certificação agroecológica em Francisco Beltrão, embora seu âmbito de atuação seja transescalar.

Segundo Nunes (2012), a Rede Ecovida é formada por produtores agroecológicos, consumidores, técnicos e pessoas que apoiam esta prática, conta com 23 núcleos regionais, interligando mais de 170 municípios dos três estados do Sul do Brasil e São Paulo. A Rede Ecovida não possui núcleo central e o seu funcionamento ocorre em rede, por meio da articulação territorial dos núcleos regionais que reúnem membros de uma região com características semelhantes, facilitando a troca de informações e o processo de certificação participativa (REDE ECOVIDA, 2004; SAQUET, 2017).

Enfim, passemos agora à descrição e análise dos feirantes e dos consumidores das feiras CANGO e Vila Nova, ambas localizadas na cidade de Francisco Beltrão, PR.

2 CARACTERIZAÇÃO DOS FEIRANTES ESTUDADOS

No decorrer da pesquisa, foram entrevistados os 10 feirantes das duas feiras selecionadas, entre os meses de setembro de 2017 e março de 2019, todos feirantes de Francisco Beltrão - PR. Destes produtores/as entrevistados/as, cinco têm certificação da Rede Ecovida e cinco não possuíam no dia da entrevista (um estava em processo de certificação). Todos os produtores certificados pela Rede Ecovida se dizem satisfeitos com as exigências e vistorias, como no relato a seguir:

Produtor 4³: Estamos muito satisfeitos, por ela ser uma certificação participativa é mais econômica e de confiança porque acompanhamos todo o processo. (ENTREVISTADO 4, 06/04/2018).

³ Os números de identificação dos produtores e dos consumidores das feiras estão classificados de acordo com a ordem das entrevistas, e foram usados no texto para garantir o anonimato dos mesmos.

Essa certificação também significa, além do caráter participativo, um fator positivo para a comercialização nas feiras livres, passando maior confiança para os consumidores com relação aos alimentos adquiridos. Um dos objetivos dessa forma de certificação é justamente instalar uma relação próxima e de confiança entre produtores e consumidores, possibilitando que experiências e conhecimentos sejam socializadas e preservados durante diferentes gerações (REDE ECOVIDA, 2004).

Para que o estabelecimento rural se torne agroecológico, precisa passar por um processo que, normalmente, é lento. Segundo a Rede Ecovida (2004), é necessário que a família passe pela *ecologização constante e progressiva*. A certificação participativa é um conjunto de procedimentos realizados para garantir que determinado produto tenha um diferencial em relação aos demais, gerando benefícios financeiros e não financeiros para produtores e consumidores. A certificação participativa precisa cumprir alguns critérios definidos de acordo com a legislação nacional: os insumos e produtos industriais utilizados para a produção devem ter autorização do Comitê Técnico da Rede; os mesmos não devem gerar dependência econômica e alienação do produtor às agroindústrias empresariais; os produtos não podem prejudicar a saúde dos produtores e consumidores; é necessário valorizar a força de trabalho familiar igualando as relações de gênero entre homens e mulheres; a produção de alimentos precisa anteder ao mercado local; e, por fim, busca-se a solidificação das relações de confiança entre produtor e consumidor (REDE ECOVIDA, 2004).

De forma breve, o percurso para conseguir a certificação participativa por meio da Rede Ecovida, configura-se da seguinte maneira: 1) participar nos encontros dos grupos e adaptar o estabelecimento às regras dispostas no Caderno de Formação da Rede Ecovida; 2) descrever como era realizada a produção convencional e as mudanças em transição; 3) realizar o período de conversão/transição para a prática ecológica, com o apoio dos técnicos disponibilizados pela Rede Ecovida; 4) solicitar o acompanhamento do agrônomo que dá assistência ao núcleo do qual pertence, para que o mesmo emita um laudo técnico, encaminhando-o para a Rede Ecovida e solicitando a visita do Conselho de Ética; 5) a partir da visita, um parecer é dado à Rede Ecovida pelo Conselho de Ética; 6) caso não ocorra problemas, o selo é solicitado pelo produtor em conjunto com o núcleo regional pertencente ao Conselho de Certificação da Rede Ecovida; 7) depois da aprovação do selo, as embalagens e rótulos também passam pela inspeção da Rede; 8) as visitas dos membros do conselho de Ética da Rede são periódicas, e o mesmo tem o poder de interromper

o uso do selo a qualquer instante, caso sejam identificadas práticas irregulares na produção (RODOMSKY, 2010). Todos os produtores certificados das duas feiras, portanto, passaram por esse processo que acaba, ao mesmo tempo, fortalecendo as relações entre si e com as instituições mediadoras, a saber, a ASSESOAR e o Centro de Apoio ao Pequeno Agricultor (CAPA), este último com sede em Verê - PR.

Outro aspecto fundamental é que a participação dos produtores nas feiras livres e agroecológicas das praças municipais contribui para resgatar a solidariedade e a cooperação perdida no sistema capitalista individualista, permitindo que o agricultor venda seus produtos pelo preço por ele definido, não perdendo recursos com os intermediários que, normalmente, lucram com a revenda da produção agrícola camponesa (SAQUET, 2017).

Por outro lado, o relato da produtora 1, não certificada, demonstra que, para conseguir a certificação, a burocracia se apresenta como um entrave para sua família.

Produtora 1: Precisamos preencher a papelada para tirar a certificação da Rede Ecovida de Agroecologia, mas tem muitas perguntas que a gente não sabe responder, aí não entregamos ainda. (ENTREVISTADA 1, 29/09/2017).

Esses camponeses pesquisados em Francisco Beltrão mostram também que algumas outras entidades auxiliam na produção de alimentos através da prestação de assistência técnica e/ou financiamentos. Foram citadas, nas entrevistas, além da ASSESOAR, a CRESOL (Cooperativa de Crédito Rural Com Interação Solidária) e a COOPAFI (Cooperativa de Comercialização da Agricultura Familiar Integrada)⁴, no entanto, apesar dessas indicações, muitos produtores declararam ser eles próprios quem criam as condições técnicas para a produção, como as mudas, estufas e adubações.

As principais características dos produtores entrevistados são apresentadas no quadro 1. As famílias são pequenas, com trabalhadores jovens e adultos, a grande maioria tem ensino fundamental ou médio, todas as unidades de produção têm menos de 20 ha, onde produzem uma importante diversidade de alimentos, normalmente, comercializando em redes curtas.

⁴ A ASSESOAR, com sede na cidade de Francisco Beltrão, auxilia alguns produtores agroecológicos na formação e atuação técnica das atividades realizadas. A COOPAFI auxilia na comercialização de parte da produção desses camponeses a partir de programas governamentais como o PNAE. Já a CRESOL, tem linhas de financiamento para os agricultores familiares.

Número de membros na família	2 membros	2
	3 membros	3
	4 membros	2
	5 membros	1
	6 ou mais membros	2
Faixa etária dos produtores e familiares	Até 15 anos	4
	De 15 a 25 anos	10
	De 25 a 40 anos	5
	De 40 a 60 anos	11
	Acima de 60 anos	8
Escolaridade	Ensino fundamental*	19
	Ensino Médio	15
	Ensino Superior	2
Tempo produzindo agroecológicos	Menos de 10 anos	1
	De 10 a 20 anos	5
	Mais de 20 anos	4
Forma de venda dos produtos agroecológicos	No estabelecimento rural	6
	Nas feiras de F. Beltrão	10
	De porta em porta – na cidade	3
	PNAE	5
	Outras formas**	3
Tamanho do estabelecimento rural	Até 1 hectare	2
	De 1 a 3 Hectares	1
	De 3 a 5 Hectares	2
	De 5 a 10 Hectares	2
	De 10 a 20 Hectares	3
	Acima de 20 Hectares	0
Área cultivada	Até 1 hectare	2
	De 1 a 3 Hectares	3
	De 3 a 5 Hectares	0
	De 5 a 10 Hectares	2
	De 10 a 20 Hectares	2
	Acima de 20 Hectares	1
Número de cultivos	Até 5 cultivos	0
	De 5 a 10 cultivos	3
	De 10 a 20 cultivos	1
	De 20 a 50 cultivos	4
	Não sabe a quantidade	2
Assistência técnica na produção	Sim	6
	Não	4
Participa de associação de produtores, sindicato, cooperativa	Sim	9
	Não	1

Quadro 1. Caracterização dos camponeses entrevistados

*Incluso os casos de conclusão parcial do ensino fundamental. **Dentre as outras formas de comercialização foram citadas a venda em mercados, em restaurantes e um caso de venda através de ferramentas da internet.

Fonte: Banco de Dados do Grupo de Estudos Territoriais (GETERR). ORG: Autores (2019).

Questionados sobre o tempo em que produzem de forma agroecológica na unidade, sem utilizar agrotóxicos, as respostas se apresentaram variadas. Nas unidades certificadas pela Rede Ecovida, toda produção é agroecológica e, em média, essas unidades vêm produzindo há 20 anos sem a utilização de produtos químicos, mesmo que a certificação tenha sido adquirida mais recentemente. Foi o que nos relatou a produtora 7:

Produtora 7: Fazem 20 anos, e 18 aqui na Vila Rural. Toda produção tem certificação. Nós temos uma agroindústria de panificados e plantamos também para o consumo e algumas coisas também vendemos. (ENTREVISTADA 7, 17/04/2018).

Já nas unidades produtivas não certificadas pela Rede Ecovida, ocorre em alguns casos combinações da produção de alimentos para consumo da família sem a utilização de agrotóxicos, com a produção de monoculturas da agricultura convencional com insumos utilizados nessas práticas. É o caso da produtora 5:

Produtora 5: Nas hortas e nas ervas medicinais não usamos nada de agrotóxicos, nas frutas e cana também não. Sempre a gente plantou sem veneno. O que nós temos são as lavouras de soja, milho, trigo, feijão a gente planta com veneno. Mas nas que a gente come nós plantamos sem veneno, mandioca, feijão e tudo para o nosso consumo. (ENTREVISTADA 5, 11/04/2018).

Quanto ao tipo de alimentos produzidos, na maioria das unidades destacam-se as verduras e os legumes, seguidos das frutas, como apresentado na figura 1. Em geral, são alimentos de consumo imediato na alimentação familiar e comercialização feita nas feiras, nas vendas na própria unidade e entregando na cidade, nas casas dos consumidores regulares. Esses foram, por exemplo, os produtos citados pela produtora 7.

Produtora 7: Tudo é orgânico, plantamos um pouco de tudo, alface, abobrinha, beterraba, pimentão verde, pepino, couve folha, couve flor, vagem, tomate cereja, cebola, rabanete, batata doce, almeirão, bergamota, chicória, mandioca, batata, temperinho verde, berinjela, cenoura, rúcula, gengibre, figo, laranja, bergamota, abóbora e mais outras coisas, mas cada época a gente planta alguma coisa porque não dá para plantar tudo de uma vez, a gente não vence cuidar. (ENTREVISTADA 7, 17/04/2018).



Figura 1: “Mapa” de palavras: Principais alimentos produzidos pelos camponeses entrevistados, destacados de acordo com a quantidade de menções por família.
ORG: SAQUET. M.A; MUSATTO. R.M. (2019).

Em alguns casos também foram citados alimentos processados na unidade de produção, como açúcar-mascavo, melado, queijo, panificados, dentre outros. A produção de queijos é o carro-chefe no estabelecimento da família do produtor 9, a qual possui uma agroindústria para a fabricação de queijos de acordo com as normas da Rede Ecovida, produzindo agroecologicamente há 13 anos.

Essa diversidade de produtos é responsável pela base alimentar das famílias pesquisadas, sendo que a qualidade dessa produção e os benefícios para a saúde são ressaltados pela maioria dos entrevistados, como pelo produtor 4:

Produtor 4: É uma produção limpa, saudável e livre de agrotóxicos que não contamina ninguém e nem o ambiente. As pessoas que consomem também estão levando para casa um alimento sem nenhum veneno. (ENTREVISTADO 4, 06/04/2018).

Já os alimentos comprados em supermercados se resumem aos industrializados necessários para a complementação da alimentação familiar, como arroz, açúcar refinado, farinha de milho e trigo, óleo de soja, café, dentre outros. É o que nos relatou o produtor 6:

Produtor 6: Verduras e feijão que a gente produz não compramos, o restante dos alimentos que a gente consome compramos tudo no mercado. Arroz, farinha, açúcar, sal, carne (quando a gente não tem), café, miudezas, produtos de limpeza e outras coisas que precisamos. (ENTREVISTADO 6, 14/04/2018).

É comum a troca ou compra de alguns produtos que outras famílias próximas produzem, como exposto pelo produtor 4:

Produtor 4: Tudo que produzimos nós também consumimos. Compramos fora o que não é orgânico: sal, café, arroz e alguns produtos de limpeza. Às vezes em uma emergência compramos alguma outra coisa. Compramos fora mas é orgânico: açúcar, farinha de trigo. As carnes não produzimos tudo na propriedade. Também fizemos o sabão. Compramos o que não é orgânico no mercado e o que é orgânico de outros agricultores que produzem o que não produzimos. (ENTREVISTADO 4, 06/04/2018).

Das unidades produtivas certificadas pela Rede Ecovida, nenhuma família pesquisada produz somente para a comercialização, isso significa que o consumo familiar tem grande importância assim como a produção específica para comercialização, transação com a qual adquirem dinheiro para comprar pelo menos parte do que não produzem e necessitam para viver.

Na economia camponesa, a produção para consumo familiar é fundamental: alguns produtos são produzidos somente para o consumo da família agricultora, como relatou o produtor 4:

Produtor 4: As carnes e a farinha de milho produzimos, mas não vendemos. (ENTREVISTADO 4, 06/04/2018).

Esses relatos retratam a prioridade de algumas produções para a satisfação das necessidades familiares. Todos os produtos, portanto, fazem parte do cotidiano alimentar das famílias, sejam eles produzidos para venda ou não.

Em 4 unidades das 10 pesquisadas, a agricultura convencional também se faz presente. Essa produção é destinada somente para comercialização, porém, a produção de alimentos agroecológicos é destinada para o consumo familiar, vendendo-se os excedentes, consoante já mencionamos.

Alguns cultivos como arroz deixaram de ser feitos nos estabelecimentos pesquisados, assim como a soja orgânica. São culturas de difícil competição com as convencionais, o mercado acaba inviabilizando as mesmas em virtude dos altos custos de produção, pela exigência de produção em maiores quantidades e pelos baixos preços normalmente pagos. No caso do arroz, o produtor 9 relata que, nos últimos anos, os problemas climáticos impediram a produção; além disso a falta de gente para trabalhar e a distância dos locais para o processamento do produto, acabaram sendo decisivos para o não plantio.

Ao mesmo tempo, a produção leiteira perdeu espaço para algumas atividades de fruticultura. Em virtude da rotina de trabalho, principalmente no cuidado com as vacas e para tirar o leite, algumas famílias acabaram optando por uma destas atividades, como foi o caso da do produtor 4:

Produtor 4: A soja orgânica ficou inviável para produzirmos, vendíamos para a Gebana. E o leite, que quando viemos para a propriedade era o carro-chefe, mas nós retiramos, fizemos a conversão para frutas e hortaliças e agora o leite é só para o consumo. (ENTREVISTADO 4, 06/04/2018).

Todos os produtores comercializam parte da produção nas feiras da cidade, porém, alguns ainda comercializam no próprio estabelecimento rural, consoante já mencionamos, outros comercializam de porta-em-porta em determinado dia da semana e em alguns casos também vendem para as escolas a partir do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE).

Quando questionados sobre a melhor forma de comercialização, 8 dos/as 10 entrevistados/as destacam a importância das feiras, pelo pagamento na hora e pela possibilidade de vender uma quantidade maior que o estipulado pelo PNAE, foi o que esclareceu o produtor 4:

Produtor 4: Nas feiras em primeiro, depois para o PNAE, depois na propriedade e por últimos nas casas. Na feira vendemos mais e o PNAE por ser institucional, tem outras exigências (ENTREVISTADO 4, 06/04/2018).

A possibilidade de comercialização dos produtos agroecológicos, representa em 7 famílias pesquisadas a principal fonte de renda, demonstrando a importância econômica para a sobrevivência dos mesmos. Como relata a produtora 7:

Produtora 7: É a maior renda que a gente tem, as vendas nas feiras e para o PNAE né (ENTREVISTADA 2, 03/02/2018).

Essa situação também foi relatada pelo produtor 8 quando questionado sobre a importância, para a família em produzir alimentos saudáveis, e sobre o papel que a comercialização tem na renda da família:

Produtor 8: Pela saúde, por ser produtos saudáveis. Tem um papel significativo, renda principal e única fonte de renda da família. (ENTREVISTADO 8, 27/02/2019).

Como a produção de alimentos é diversificada, também é a comercialização nas feiras estudadas: há frutas, verduras, legumes, tubérculos, panificados, laticínios, alguns produtos transformados artesanalmente, porém, a maior parte é vendida *in natura*. Os principais produtos comercializados são apresentados na quadro 2:

Classificação	Itens	Famílias
Verduras	Alface, vagem, repolho, chicória, rúcula, agrião, almeirão, couve flor, couve folha, tempero verde, alho, brócolis, cebola, espinafre, dentre outros.	6
Legumes	Tomate, pepino, abobrinha, chuchu, abóbora, dentre outros.	5
Tubérculos	Mandioca, cenoura, rabanete, beterraba, batata-doce, dentre outros.	3
Panificados	Pão de trigo, pão integral, pão de milho, bolacha, cuca de farinha de trigo, cuca de mandioca, bolo de trigo, bolo de milho, bolo de cenoura.	1
Laticínios	Queijo, leite, nata.	2
Frutas	Laranja, limão, lima, banana, dentre outros.	4
Outros	Mel, melado, geleias, ovos, conservas, açúcar-mascavo, salame, ervas medicinais, dentre outros.	4

Quadro 2. Principais produtos comercializados nas feiras estudadas

Fonte: Banco de dados do Grupo de Estudos Territoriais (GETERR).

Org: SAQUET. M.A; MUSATTO. R.M. (2019).

Analisando esses dados, percebemos que as verduras são cultivadas e comercializadas por seis famílias de camponeses, algumas combinadas com outros produtos como frutas e legumes. Mesmo assim, quando questionados sobre o cultivo mais significativo em termos de renda, as verduras, com destaque para a alface, aparecem como carro-chefe na maioria dos estabelecimentos rurais pesquisados.

Produtora 2: É a alface porque produz o ano todo. Dessa forma a possibilidade de comercialização ao longo do ano faz com que as verduras se destaquem comercialmente na renda familiar. (ENTREVISTADA 2, 03/02/2018).

Em todas as unidades produtivas, a família é envolvida na produção e, em alguns casos, a comercialização nas feiras é feita de forma intercalada entre os membros familiares. Geralmente sob coordenação dos pais, os filhos auxiliam nas atividades de produção e comercialização. Assim, a possibilidade de trabalho para toda a família aparece como um dos fatores que contribui para que esses agricultores produzam alimentos agroecológicos.

Produtora 7: Em primeiro lugar é a saúde e depois os custos de produção. E também por nós termos a família junto ali produzindo né. Produzimos um pouco de tudo e todos estão envolvidos ali. (ENTREVISTADA 7, 17/04/2018).

Essas famílias incorporam técnicas de cultivos utilizadas e herdadas de gerações anteriores, combinadas com a formação em cursos técnicos de agroecologia, como os realizados pela ASSESOAR. Considerando que há destaque, na produção, para hortaliças, legumes e frutas, que também servem para a alimentação familiar, a adaptação às técnicas agroecológicas são, ao mesmo tempo, uma atividade que vai ao encontro do que já vinha sendo feito nos estabelecimentos dos camponeses estudados. Isso é perceptível na fala do produtor 4:

Produtor 4: Sempre participamos de movimentos sindicais e foram os cursos que nos despertaram para trabalhar com a agroecologia. Eu, desde solteiro tinha conhecimento com hortaliças, e com a conscientização começamos a aplicar na nossa propriedade. A gente faz roçada, incorporação com o uso da grade, roçada e outras técnicas. (ENTREVISTADO 4, 06/04/2018).

Os equipamentos utilizados na produção agroecológica, na grande maioria das unidades de produção, restringem-se a pequenas ferramentas como enxadas e foices, sem provocar, portanto, impactos consideráveis no ambiente. A enxada rotativa e o trator (pequeno) foram citados em algumas entrevistas. Os agricultores são donos dos equipamentos utilizados – característica reproduzida imanente à *cultura camponesa* já destacada em Saquet (2017), tendo como referência geral Thompson 1998 [1991] -, evidenciando uma importante diferença quando comparada com a agricultura convencional, na qual predomina a utilização de máquinas e equipamentos agrícolas inviáveis economicamente em pequenos estabelecimentos rurais.

A contribuição para a saúde da própria família aparece como principal fator declarado pelos entrevistados, quando perguntados sobre os motivos da produção de alimentos agroecológicos. Ademais, também se percebe a preocupação corrente em ofertar produtos com qualidade para seus clientes. Foi o que relataram, respectivamente, a produtora 1 e o produtor 4:

Produtora 1: De saber que você pode... se eu quiser comer lá, na hora, tu tira do pé e come. Eu acho que é a satisfação. (ENTREVISTADA 1, 29/09/2017).

Produtor 4: É uma produção limpa, saudável e livre de agrotóxicos, além de evitar a contaminação pessoal, ambiental e ter um bom retorno financeiro. (ENTREVISTADO 4, 06/04/2018).

Na maioria das vezes, a intenção de preservar a saúde dos membros da família é um fator declarado com mais relevância do que a possibilidade de geração de renda complementar. De certa

forma, a clareza que eles têm da qualidade dos seus produtos, serve como argumento aos consumidores nas feiras onde os mesmos são comercializados, o que acaba gerando territorialidades específicas, centradas na fidelidade e confiança por parte dos consumidores. Foi o que relataram os produtores 9 e 4:

Produtor 9: Levar um produto de qualidade para os consumidores, Preservação do meio ambiente, da natureza sem destruir, e saúde para a família, bem estar. (ENTREVISTADO 9, 27/02/2019).

Produtor 4: As pessoas que consomem também estão levando para casa um alimento sem nenhum veneno. (ENTREVISTADO 4, 06/04/2018).

Dessa forma, a feira se revela, além de um local de comercialização direta, como um território de possibilidades de relacionamentos diversos, conversas, amizades e confiança mútua. As feiras são *nós* construídos histórica e geograficamente, ampliando-se a circulação dos produtos familiares e agroecológicos, num complexo territorial centrado nas redes curtas de comercialização e consumo.

Produtor 5: A feira é um meio de vender o que a gente produz. A gente está ali, conversa com as pessoas, sai um pouco de casa também e vai criando confiança com os clientes. (ENTREVISTADA 5, 11/04/2018).

As relações pessoais entre produtores/feirantes também são ressaltadas e valorizadas quando pesquisamos alguns aspectos referentes aos consumidores dos produtos agroecológicos vendidos nas feiras da CANGO e Vila Nova. É o que apresentamos a seguir, a partir da entrevista de 20 consumidores/as das feiras supracitadas, realizadas entre setembro de 2018 e março de 2019.

3 CARACTERIZAÇÃO DOS CONSUMIDORES ESTUDADOS

Inicialmente cabe destacar que uma parcela considerável dos/as consumidores/as entrevistados/as está situada na faixa etária acima dos 60 anos de idade: durante as entrevistas, identificamos somente duas pessoas abaixo de 25 anos. Isso mostra uma característica fundamental do perfil dos clientes e frequentadores das feiras livres estudadas.

Esse é o caso da consumidora 9, aposentada de 67 anos de idade, que comenta o fato de que os feirantes são muito atenciosos com ela, e isto, de certa forma, motiva-a a frequentar uma das feiras de Francisco Beltrão. O fato do feirante passar confiança, não somente pela qualidade do alimento disponível, mas também no atendimento pessoal, é muito significativo para que os idosos representem uma grande parcela dos consumidores/frequentadores/as das feiras.

Outra característica que chamou atenção nas entrevistas foi o fato de uma importante parcela dos consumidores entrevistados ter formação superior. Esse é o caso da consumidora 8, de 38 anos de idade, com formação em Serviço Social: relata quando questionada sobre o que lhe motiva a comprar alimentos agroecológicos, evidenciando o fato de serem saudáveis para si e uma possibilidade de geração de renda para os produtores/feirantes:

Consumidora 8: É importante também por incentivar o produtor. Incentivar a agricultura familiar, na geração de emprego e renda no campo (ENTREVISTADA 18, 19/12/2018).

Essa ideia também é compartilhada pelo consumidor 7, quando o mesmo destaca seus motivos.

Consumidor 7: Pelo consumo de alimentos de qualidade e pela preocupação com o segmento dos produtores agroecológicos, aqui do município né (ENTREVISTADO 7, 19/12/2018).

A seguir, no quadro 3, apresentamos as principais características dos consumidores entrevistados nas feiras de Francisco Beltrão. Percebemos que 60% são mulheres, 50% deles/delas têm mais de 60 anos de idade, 40% têm ensino superior, 55% têm um rendimento mensal acima de R\$ 3.000 reais, 75% frequenta pelo menos uma das feiras uma vez por semana, 65% gastam entre R\$ 10 e R\$ 30 reais por frequência na feira e 85% dos entrevistados frequentam as feiras há mais de 2 anos.

Isto significa, de maneira geral, um público consumidor formado especialmente por mulheres de mais de 60 anos de idade, com ensino superior e/ou médio, com uma frequência quase regular nas feiras, na grande maioria dos casos, há mais de um ano, estabelecendo-se, consoante já mencionamos, relações de confiança com os feirantes.

Quando questionados sobre a renda familiar mensal, foi significativa a declaração dos que ganham acima de R\$5.000 reais, outro aspecto muito relevante nas redes curtas ora estudadas, ou seja, trata-se de um território específico que, apesar do seu conteúdo popular, inerente à cultura

camponesa, acaba envolvendo um público específico. Trata-se de um público que valoriza os produtos agroecológicos. A consumidora 20, que frequenta regularmente uma das feiras, relata que percebe o consumo de alimentos agroecológicos, de uma forma geral, elitizado, justamente pelos preços e até mesmo pela propaganda que fazem dos mesmos.

Sexo	Feminino	12
	Masculino	8
Faixa etária	Até 15 anos	0
	De 15 a 25 anos	2
	De 25 a 40 anos	2
	De 40 a 60 anos	6
	Acima de 60 anos	10
Escolaridade	Ensino fundamental	5
	Ensino Médio	7
	Ensino Superior	8
Renda mensal familiar	Até 1.000 reais mensais	3
	De 1.000 a 3.000 reais mensais	6
	De 3.000 a 5.000 reais mensais	6
	Acima de 5.000 reais mensais	5
Frequência na feira	1 vez por mês	0
	2 ou 3 vezes por mês	3
	4 vezes por mês	15
	Mais de 4 vezes por mês	2
Valor médio gasto por frequência	0 a 10 R\$	1
	10 a 20R\$	7
	20 a 30 R\$	6
	30 a 50 R\$	2
	Mais de 50 R\$	4
Há quanto tempo frequenta a feira?	Últimos 6 meses	1
	1 ano	0
	Entre 1 e 2 anos	2
	Mais de 2 anos	17

Quadro 3. Caracterização dos consumidores entrevistados

Fonte: Banco de Dados do Grupo de Estudos Territoriais (Geterr).
ORG: SAQUET. M.A; MUSATTO. R.M. (2019)

Mesmo assim, o preço não é visto como um fator que dificulta a compra de produtos agroecológicos para os consumidores entrevistados. Foi o que nos relatou a consumidora 3, frequentadora da feira do Bairro Vila Nova. Ela relata que não compra alguns produtos convencionais no supermercado:

Consumidora 3: Por exemplo morango, tomate, maçã. Esses produtos geralmente usam mais veneno na produção (ENTREVISTADA 13, 17/11/2018).

Dessa forma, a entrevistada prefere pagar um preço um pouco maior, mas confiar na qualidade do alimento vendido na feira, como faz a maioria dos entrevistados (Quadro 4), que não consideram, desta forma, os produtos agroecológicos mais caros, justamente por considerarem sua qualidade.

Depoimentos	Nº
Não considera mais caro que os convencionais	6
Não considera caro por ser produtos agroecológicos	3
Sim, é mais caro, mas o custo benefício compensa	6
Sim, é mais caro, mas eu compro mesmo assim	3
Sim, é mais caro que os produtos convencionais, isso dificulta a compra	2

Quadro 4. Considerações sobre o preço dos produtos agroecológicos

Fonte: Banco de dados do Grupo de estudos Territoriais (GETERR).

Org: SAQUET. M.A; MUSATTO. R.M. (2019).

Esses casos representam uma parcela de consumidores conscientes que acreditam em uma melhor qualidade dos alimentos agroecológicos em comparação com os convencionais; a possibilidade de comprar verduras e legumes frescos também influencia o consumo. Esses são, de acordo com as entrevistas realizadas, consumidores fidelizados das feiras. O consumidor 2 relata uma frequência na feira do Bairro Vila Nova há mais de 4 anos, e diz ter uma relação de amizade com os feirantes. Além do tempo frequentando, vai à feira todos os sábados, ou seja, em todos os dias que a mesma acontece naquele local.

Consumidor 2: Às vezes venho só para conversar com eles, conheço esse pessoal faz tempo; às vezes sim, venho para comprar produtos frescos, como as verduras que eles vendem né (ENTREVISTADO 12, 17/11/2018).

Com relação a esse quesito, as feiras localizadas nos bairros da cidade de Francisco Beltrão, como CANGO e Vila Nova, apresentam de forma mais significativa essas relações de amizade e convivência entre vendedores e consumidores.

No questionamento sobre os motivos para a compra de alimentos agroecológicos destacou-se saúde e qualidade de vida, conforme já mencionamos, pois esses alimentos são

considerados mais saudáveis. Esse é o motivo que leva o consumidor 4 a frequentar uma das feiras pelo menos 4 vezes por mês.

Consumidor 4: As pessoas estão cada vez mais conscientes da importância desses alimentos para a saúde (ENTREVISTADO 14, 19/12/2018).

Outras razões que se destacam são a confiança no produtor/feirante, considerando que este, de fato, não utiliza agrotóxicos na produção; a compra direta dos produtores; o estímulo dado para que o agricultor permaneça como tal, entre outros (Quadro 5).

Motivo citado	Nº
Saúde e qualidade de vida	8
Produtos mais confiáveis por não usar agrotóxicos	7
Qualidade dos alimentos comprados diretamente dos produtores	6
Estimular o produtor a permanecer na agricultura camponesa	3
Sabor dos alimentos mais definidos	1
Preço	1
Gentileza no Atendimento	2
Conhecer os produtos ofertados	2
Outros	2

Quadro 5. Motivos da compra de alimentos agroecológicos e número de depoimentos

Fonte: Banco de dados do Grupo de estudos Territoriais (GETERR).

Org: SAQUET. M.A; MUSATTO. R.M. (2019)

A confiança na qualidade dos produtos adquiridos, assim como nos próprios produtores/vendedores/as, destaca-se, nas entrevistas, como um dos principais fatores que levam os consumidores a frequentar as feiras. Alguns consumidores, principalmente idosos, relatam que moravam no campo e, dessa forma, confiam na forma de produzir daqueles feirantes por compreender a sua realidade.

Dentre os principais produtos adquiridos pelos consumidores entrevistados destacam-se as verduras, citadas em 19 das 20 entrevistas feitas (Quadro 6). A consumidora 6, 46 anos, relata que as verduras dos feirantes/produtores/as são mais frescas que as encontradas no supermercado, por isso dá prioridade para a feira, e ainda relata a confiança nesses produtores por serem do campo.

Consumidora 6: São pessoas como eu, eu também morava no interior, eu sei como eles são e como produzem (ENTREVISTADA 16, 19/12/2018).

A consumidora 10 revela também que é possível avaliar a qualidade dos produtos quando expostos na banca do/da feirante, fator importante para ela, e que costuma comprar vários produtos dependendo do que é ofertado em cada época do ano. Assim, a partir do nosso acompanhamento e das observações feitas em cada feira, ficou claro que os produtos são rapidamente vendidos, na parte da manhã, principalmente as verduras, os legumes e as frutas.

Classificação	Itens*	Entrevistados/as	
Verduras	Alface, vagem, repolho, chicória, rúcula, agrião, almeirão, couve folha, tempero verde, alho, espinafre, couve flor, brócolis, dentre outros.	19	
Legumes	Tomate, pepino, abobrinha, chuchu, dentre outros.	14	
Tubérculos	Mandioca, cebola, cenoura, rabanete, beterraba, batata-doce etc.	6	
Panificados	Pão de trigo, pão integral, pão de milho, bolacha, cuca de farinha de trigo, cuca de mandioca, bolo de trigo, bolo de milho, bolo de cenoura, dentre outros.	10	
Laticínios	Queijo, leite e nata.	7	
Frutas	Laranja, limão, lima, banana, dentre outros.	8	
Outros	Mel, melado, geleias, ovos, conservas, açúcar- mascavo, salame etc.	8	

Quadro 6. Principais produtos adquiridos pelos consumidores

*Os tipos de produtos assim como a quantidade ofertada variam de acordo com a época e disponibilidade do feirante/produtor/a.

Fonte: Banco de dados do Grupo de estudos Territoriais (GETERR).

Org: SAQUET. M.A; MUSATTO. R.M. (2019).

A partir dos alimentos declarados pelos consumidores foi possível organizar um “mapa” de palavras destacando os principais alimentos adquiridos (Figura 2).

Quando questionados sobre as dificuldades enfrentadas na compra dos produtos agroecológicos nas feiras estudadas, a maioria dos entrevistados relatou a pouca oferta de alguns produtos ou a falta de determinados produtos em certas épocas do ano, justamente em virtude da sazonalidade e das intempéries que fogem, evidentemente, ao controle das famílias produtoras (Quadro 7).

não ocorre durante todo o ano. Além disso, a maioria dos produtores não se especializa em uma determinada cultura, sendo que as mesmas servem, em um primeiro momento, para as necessidades de alimentação familiar, característica também imanente à cultura camponesa enunciada anteriormente.

O preço aparece novamente nesse ponto do questionário como um dos motivos que dificultam a compra de produtos agroecológicos, na mesma proporção de consumidores que acreditam que esses produtos são mais caros que os convencionais. Algumas outras dificuldades relatadas, como a forma de pagamento, que precisa ser feita somente em espécie, além dos valores um pouco mais elevados, também se fizeram presentes nas opiniões dos consumidores.

Mesmo assim, 30% dos/as consumidores/as entrevistados/as não identificaram, até o momento da realização das entrevistas, qualquer dificuldade para a compra dos produtos agroecológicos. Eles/elas acreditam que as feiras conseguem ofertar uma quantidade e diversidade satisfatória de produtos e isto é muito relevante, especialmente para os/as produtores/as que, apesar das dificuldades enfrentadas cotidianamente para produzir e vender, talvez possam aumentar suas produções e satisfazer ainda mais e melhor seus consumidores semanais.

Outro aspecto que reforça essa nossa afirmação, é o fato de que metade dos entrevistados comentou que sua relação com os feirantes não se resume à compra-venda efetivada no instante do atendimento. A relação é mais ampla, conforme já sinalizamos neste texto, centrada na confiança e, em alguns casos, numa relação de amizade, ou seja, territorialidades próximas, espacial e afetivamente. O consumidor 1 destaca justamente a relação de amizade que tem com os feirantes do Bairro CANGO. No dia da entrevista, o mesmo informou que era já a segunda vez, naquele dia, que estava na feira e que a conversa que tinha com os feirantes era fruto de uma amizade antiga, de uma relação de mais de 15 anos.

O Consumidor 7 também destacou a amizade com os feirantes, revelando que chega a frequentar a unidade produtiva de alguns deles. Dessa forma, está claro que a amizade é decisiva para que alguns consumidores frequentem semanalmente certa feira, adquirindo produtos de algumas pessoas conhecidas. Ao mesmo tempo, a possibilidade de comer alimentos saudáveis foi amplamente destacada pelos consumidores das feiras pesquisadas. Essa relação avança também na associação com saúde e qualidade de vida pelos mesmos, sendo este um dos principais significados das territorialidades efetivadas nas redes curtas estudadas.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De maneira geral, constatamos que os produtores/feirantes definem produzir agroecologicamente demarcando um “peso” significativo à saúde da família, evidenciando também a renda complementar gerada por essa atividade produtiva, bem como a ocupação familiar e a conservação ambiental em seu estabelecimento rural. Alguns têm uma consciência política qualificada, comparando e diferenciando suas práticas agroecológicas com o modelo de agricultura baseado no intenso uso de produtos químicos e máquinas agrícolas.

São produtores/as que refletem sobre suas funções sociais e a importância da produção de alimentos, aproveitando as feiras também para reproduzir contatos, diálogos e amizades com os consumidores, aspecto também praticado, ao que parece, nas reuniões das associações de agricultores e dos sindicatos dos quais fazem parte. As feiras, portanto, são territórios de existência cotidiana, com territorialidades político-econômicas e afetivas, para os/as agricultores/as e consumidores/as, numa espacialidade ampliada, no caso estudado, a partir da atuação da Rede Ecovida de Agroecologia e da ASSESOAR.

Essas duas instituições são fundamentais, seja para produzir, seja para certificar e incentivar e/ou organizar a comercialização agroecológica, como *nós* territorialmente ancorados na cultura camponesa e, ao mesmo tempo, na policultura familiar reproduzida historicamente em Francisco Beltrão – PR, cultivada predominantemente em pequenos estabelecimentos rurais.

Nessa mesma análise, percebe-se que os consumidores têm uma consciência político-ecológica que os impulsiona, juntamente com seu bom rendimento mensal, a comprar os produtos agroecológicos vendidos nas feiras CANGO e Vila Nova. Essa consciência está diretamente relacionada à saúde familiar, mas em alguns casos avança como crítica ao modelo convencional de produção e comercialização de alimentos agroindustrializados, revelando-se um bom conhecimento do campo de poder no qual estão inseridos socialmente. Os consumidores, assim como os produtores feirantes, também se movem numa ordem territorial pantanosa, complexa e difícil para se reproduzir cotidianamente, buscando alternativas para comprar e consumir alimentos saudáveis, preferencialmente, a preços compatíveis com os praticados nos supermercados da cidade.

Como a produção, apesar de estar centrada nas frutas, hortaliças e legumes, é significativamente diversificada, a venda e o consumo nas feiras também é, ou seja, mesmo

trabalhando num movimento de resistência ao agronegócio, produz-se uma preciosa diversidade de alimentos cotidianos (certificados e não certificados), tais como alface, vagem, repolho, chicória, rúcula, agrião, almeirão, couve, alho, espinafre, brócolis, tomate, pepino, abobrinha, chuchu, abóbora, mandioca, cebola, cenoura, rabanete, beterraba, batata-doce, laranja, limão, bergamota, queijos, salames, melado, geleias, ovos, pães, bolachas, bolos etc.

Dessa forma, o processo de produção e venda desses alimentos da agricultura camponesa, apesar das dificuldades enfrentadas, especialmente na produção e certificação, torna-se uma relação transterritorial em nível local, na escala campo-cidade e no âmbito municipal, portanto, com significativo enraizamento centrado nas redes curtas de comercialização. Essa ancoragem gera novos sentidos, semanalmente, no convívio produtores-consumidores, pois estes últimos parecem cúmplices ambientais, procurando saber a qualidade e procedência dos alimentos, constituindo territorialidades não meramente econômicas, contribuindo, evidentemente, para a reprodução do camponês como produtor de alimentos e para a reprodução de importantíssimas relações sociais, como a solidariedade e a confiança.

5 REFERÊNCIAS

ALTIERI, Miguel e TOLEDO, Victor. The agroecological revolution in Latin America: rescuing nature, ensuring food sovereignty and empowering peasants, **The Journal of Peasant Studies**, vol. 38, n. 3, 2011, p. 587-612.

ALVES DOS SANTOS, Roseli. **O processo de modernização da agricultura no Sudoeste do Paraná**. Tese (Doutorado em Geografia), 2008. Programa de Pós-Graduação em Geografia, UNESP, Presidente Prudente.

ALVES DOS SANTOS, Roseli e SAQUET, Marcos. Considerações sobre a modernização da agricultura no Sudoeste do Paraná. In: SAQUET, M. e ALVES DOS SANTOS, R. (Org.). **Geografia agrária, território e desenvolvimento**. São Paulo: Expressão Popular, 2010. p.201-218.

ARRIEL SAQUET, Adriano et al. **Agricultura ecológica e ensino superior**: contribuições ao debate. Francisco Beltrão, PR: Grafit, 2005.

BELLIGGIANO, Angelo e DE RUBERTIS, Stefano. Le filiere corte agroalimentari nei processi di sviluppo locale, **XXIV Convegno di Sinergie**, 2012, Lecce (Itália), p. 513-524.

DEMATTEIS, Giuseppe. Alcuni relazioni tra l'ambito territoriale dei rapporti sociali e i caratteri della casa rurale, **Atti 19º. Congresso Geografico Italiano**, Como, vol. III, 1964, p. 239-253.

DEMATTEIS, Giuseppe. **Le metafore della terra**. La geografia umana tra mito e scienza. Milano: Feltrinelli, 1985.

FERNANDES, Bernardo. **MST: formação e territorialização**. São Paulo: Hucitec, 1996.

FERNANDES, Bernardo. Formação e territorialização do MST no Brasil: 1979-2005. In: MARAFON, G.; RUA, J.; RIBEIRO, M. (Org.). **Abordagens teórico-metodológicas em Geografia Agrária**. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2007. p.139-168.

FERNANDES, Bernardo. Entrando nos territórios do território. In: PAULINO, E. e FABRINI, J. (Org.). **Campesinato e territórios em disputa**. São Paulo: Expressão Popular, 2008. p.273-301.

GRIGOLO, Serinei. **A renovação das estratégias de lutas na agricultura**: o caso das festas das sementes crioulas no Sul do Brasil. Tese, Doutorado em Extensão Rural (Programa de Pós-Graduação em Extensão Rural), Santa Maria, UFSM, 2016.

MARCO REFERENCIAL EM AGROECOLOGIA, EMBRAPA, Brasília, DF: EMBRAPA Informações Tecnológicas, 2006.

NUNES, Sidemar Presotto. **Influências teóricas e políticas nas práticas educativas da Rede Ecológica de Agroecologia**. Tese de Doutorado defendida pelo Programa de Pós-Graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento da UFPR – Campus de Curitiba/PR, 2012.

RADOMSKY, Guilherme Francisco Warterloo. **Certificação participativa e regime de propriedade intelectual**. Tese de Doutorado defendida pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRS – Campus de Porto Alegre/RS, 2010.

RAFFESTIN, Claude. Paysage et territorialité, **Cahiers de géographie du Québec**, vol. 21, n. 53-54, 1977, p. 123-134.

RAFFESTIN, Claude. **Por uma geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993 [1980].

REDE ECOVIDA. **Caderno de formação: certificação participativa de produtos ecológicos**. Florianópolis: Rede Ecovida de Agroecologia, 2004.

SAQUET, Marcos. **Os tempos e os territórios da colonização italiana**. Porto Alegre: EST Edições, 2003.

SAQUET, Marcos. **Abordagens e concepções de território**. São Paulo: Expressão Popular, 2007.

SAQUET, Marcos. **Por uma geografia das territorialidades e das temporalidades**. Uma concepção multidimensional voltada para a cooperação e para o desenvolvimento territorial. São Paulo: Outras Expressões, 2015 [2011].

SAQUET, Marcos. **Consciência de classe e de lugar, práxis e desenvolvimento territorial**. Rio de Janeiro: Ed. Consequência, 2017.

SCHMITT, Cláudia. Transição agroecológica e desenvolvimento rural: um olhar a partir da experiência brasileira. In: SAUER, S. e BALESTRO, M. (Org.). **Agroecologia e os desafios da transição agroecológica**. São Paulo: Expressão Popular, 2009. p. 177-204.

SHANIN, Teodor. Peasantry as a political factor. In: SHANIN, T. (Org.). **Peasants and peasant societies**. Middlesex, Harmondsworth: Penguin Books, 1971. p. 238-263.

THOMPSON, Edward. **Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo: Cia das Letras, 1998 [1991].

Data de recebimento: 07 de maio de 2019.

Data de aceite: 07 de outubro de 2019.