

O Circuito Carioca de Feiras Orgânicas e suas interações espaciais

The Carioca Circuit of Organic Fairs and their spatial interactions

Sandro Lessa Andrade* 

Glaucio José Marafon** 

Resumo

O presente artigo objetiva interpretar as interações espaciais, relativas ao processo de produção, comercialização e consumo de produtos orgânicos, tendo como exemplo o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, realizado na cidade do Rio de Janeiro, abrangendo o período de 2010 a 2022. Formado em 2010, a partir de uma articulação entre diferentes setores, atualmente o circuito conta com 21 feiras distribuídas por diferentes bairros na cidade. Trata-se de um processo de conexão em rede de movimentos, organizações e instituições que interagem espacialmente entre si em torno da temática agroecológica. Para tal, a pesquisa se baseia num amplo levantamento bibliográfico, análise de fontes especializadas, entrevistas com diferentes agentes que compõem a rede, além de trabalhos de campo em feiras visitadas. Diante dessas motivações e intenções, o circuito vem resistindo e existindo como um canal de comercialização curto, pautado em princípios de comércio justo e solidário, abarcando dimensões ambientais, sociais e econômicas nas redes estabelecidas. Além disso, vem cumprindo um papel importante de abastecimento de alimentos, promovendo saúde e fazendo circular a economia na cidade e no estado do Rio de Janeiro, acessando e conectando produtores e consumidores.

Palavras-chave: alternativas de mercado; redes geográficas; produtos orgânicos.

Abstract

The present articles aim to interpret the spatial interactions, related to the process of production, commercialization and consumption of organic products, using as an example the Carioca Circuit of Organic Fairs, held in the city of Rio de Janeiro, covering the period from 2010 to 2022. Created in 2010, from an articulation between different sectors, the circuit currently has 21 fairs distributed in different neighborhoods in the city. It is a process of network connection of movements, organizations and institutions that interact spatially with each other around the agroecological theme. To this end, the research is based on a broad bibliographic survey, analysis of specialized sources, interviews with different agents that make up the network, as well as fieldwork

* Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Geografia, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
E-mail: sandro_lessa@yahoo.com.br

** Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Geografia e Meio Ambiente, Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Pq. CNPQ e CNE FAPERJ. E-mail: glauciomarafon@hotmail.com

in fairs visited. Faced with these motivations and intentions, the circuit has been resisting and existing as a short marketing channel, based on principles of fair and solidary trade, encompassing environmental, social and economic dimensions in the established networks. In addition, it has been playing an important role in food supply, promoting health and circulating the economy in the city and state of Rio de Janeiro, accessing and connecting producers and consumers.

Keywords: market alternatives; geographic networks; organic products.

Introdução

Nas últimas décadas, as insatisfações com as formas industriais de produção, distribuição e consumo agroalimentar têm movimentado os debates sobre a necessidade da construção de processos alternativos. Tais processos visam reaproximar os produtores e os consumidores, recuperando seus valores sociais, ambientais e culturais (MIRANDA *et al*, 2021). Nesse contexto, as estratégias diferenciadas de comercialização que reduzam a ação de intermediários se mostram capazes de aproximar as duas pontas da cadeia agroalimentar.

Dessa forma, o presente estudo objetiva interpretar as interações espaciais, associadas ao processo de produção, comercialização e consumo de produtos orgânicos, tendo como exemplo o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas (CCFO), realizado na cidade do Rio de Janeiro, durante o período de 2010, ano de inauguração, a 2022, último ano da pesquisa. Busca-se compreender as motivações, perspectivas e os significados relativos destas conexões. Segundo Corrêa (1997), as interações espaciais equivalem a um heterogêneo e vasto conjunto de deslocamentos de mercadorias, capitais, pessoas e informações. Entretanto, não devem ser vistas como meros deslocamentos, pois possuem motivações complexas que necessitam de mais análises. Ademais, essas interações são, simultaneamente, sociais e espaciais e constituem redes articuladas entre si.

O CCFO tem por objetivo conceber canais de venda direta entre os produtores e os consumidores, aumentar o acesso da população a alimentos mais saudáveis e ampliar a produção orgânica de base agroecológica no estado do Rio de Janeiro. Rover e Darolt (2021) entendem que, idealmente, os circuitos curtos requerem a diminuição de intermediários, aproximação geográfica, participação ativa do consumidor e ligação entre quem produz e quem consome.

Para Barros (s/d, p. 1-2), produções em moldes distintos do padrão típico da Revolução Verde são capazes de expressar as alterações no elo campo-cidade por meio das mudanças das relações sociais, revalorizando o espaço rural. Isso, através da reconversão “produtiva, tecnológica, fortalecimento da pequena produção, surgimento de associações, cooperativas e de todo um padrão de qualidade de vida que emerge dessa nova concepção”.

Vale lembrar que as décadas de 1950 a 1970, foram marcadas pelo processo de modernização da agricultura pautado no pacote tecnológico da Revolução Verde. Modelo de produção que buscava aumentar a produtividade através do uso intensivo de fertilizantes, agrotóxicos e maquinários. O governo brasileiro foi o grande incentivador desse projeto a partir da concessão de crédito rural. Entretanto, o auxílio privilegiava os setores mais capitalizados, e a esfera produtiva de *commodities* voltadas para o mercado internacional (MATTEI, 2014).

Segundo Assis (2003), apesar do processo modernizador conferir à agricultura brasileira um grande dinamismo nos seus componentes estruturais, teve um caráter excludente, elevando a concentração de riquezas e desigualdades regionais no país. Bem como a desequilíbrios ambientais. Dessa forma, a partir da década de 1980, tal modelo de desenvolvimento passa a ser criticado, pois se mostrava inviável para os pequenos agricultores que não possuíam acesso as formas de financiamento. Além disso, a Revolução Verde sofria duras críticas, dos movimentos sociais e ambientais, sobre a nocividade do seu pacote tecnológico ao solo, à água, aos animais e à saúde humana (HESPANHOL, 2008).

Logo, despontam movimentos de agricultura alternativos ao modelo da, atualmente, chamada agricultura moderna. Esse movimento passa a ser identificado, posteriormente, por agricultura ecológica, uma parte da agroecologia. Tais produções, com princípios ecológicos, surgem, no estado do Rio de Janeiro, mais precisamente na Região Serrana, tendo como precursores pessoas oriundas de áreas urbanas em busca de uma vida mais saudável e preocupadas com a alimentação e com as dimensões ambientais.

Esses produtores, em 1984, fundam a Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO). Uma das primeiras associações de produtores do país, com o objetivo de dar suporte técnico aos agricultores interessados na conversão para cultivos orgânicos e no apoio à comercialização.

Segundo Fonseca *et al.* (2013), desde a década de 1980, a oferta de produtos orgânicos no estado do Rio de Janeiro, busca uma conexão com os circuitos curtos de comercialização. No ano de 1988, foi criada a primeira feira de produtos orgânicos em Nova Friburgo e, em 1989, percebendo o potencial mercado consumidor na cidade do Rio de Janeiro, a ABIO inaugura um box de venda na Companhia Brasileira de Alimentos (Cobal), no bairro do Humaitá. Posteriormente, em 1994, surge a Feira Orgânica e Cultural da Glória, a primeira feira específica de produtos orgânicos na cidade do Rio de Janeiro. Entretanto, esta feira funcionou durante anos de maneira informal por não possuir uma licença fixa pela prefeitura da cidade.

As tentativas de abertura de novos canais de vendas se iniciam no ano de 2006, em um grupo de trabalho coordenado pela ABIO que buscava a legalização de mais feiras na cidade (FONSECA *et al.*, 2013). Essas negociações culminam na criação do CCFO em 2010. O circuito é formado pela interação de diversos atores como produtores, feirantes, comerciantes, poder público, gestores e associações de moradores que se organizaram entorno de interesses comuns para criar canais de venda direta, aproximando produtores e consumidores, em um sistema de comercialização mais justo e solidário.

É nesse contexto de valorização de dimensões ambientais e qualidade de vida que se procura entender as atuais relações envolvidas nas transações abrangendo cultivos ecológicos entre produtores e consumidores. Assim, além do objetivo geral já mencionado, tem-se como objetivos específicos: entender a formação do circuito; identificar os atores envolvidos; estabelecer as redes, decorrentes dessas interações; e avaliar os impactos e as estratégias vivenciados nas feiras durante as restrições impostas pela pandemia da Covid-19.

Nesse sentido, o ponto de partida dos procedimentos para a construção da pesquisa foi uma ampla revisão bibliográfica, fundamentada na leitura de livros, teses, dissertações e artigos, bem como uma revisão documental que aborda a temática em questão. Ademais, a operacionalização se baseou em fontes especializadas e dados de organizações e associações de agricultores de base agroecológica.

A realização da pesquisa, que deu origem aos dados analisados, seguiu os princípios da metodologia de pesquisa qualitativa, privilegiando-se da abordagem empírica que busca compreender as cadeias curtas enquanto um processo social centrado nos resultados das ações dos atores sociais. Assim, inicialmente, houve o

mapeamento das feiras e a identificação das gestoras que organizavam o CCFO, na cidade do Rio de Janeiro. Dessa constatação, decidiu-se realizar o trabalho de campo em seis das vinte e uma feiras que compõem o circuito. O critério de escolha se baseou em visitar pelo menos uma feira de cada gestora. Dessa forma, visitou-se as feiras dos bairros da Glória, Tijuca e Olaria, gerenciadas pela ABIO; feira de Botafogo, organizada pela Essência Vital; feira de Jacarepaguá, pela Associação Agricultura Familiar e Agroecologia (AS-PTA); e feira da Ilha do Governador, comandada pela Associação Universitária Latino Americana (AULA).

Nas visitas às feiras, buscou-se dados a partir de entrevistas e questionários semiestruturados aos diferentes atores que fazem parte do CCFO. Segundo Lima e Moreira (2015, p. 40), a principal característica desse método é a elaboração de “questões fechadas e abertas, não previamente codificadas, na qual o entrevistado discorre livremente sobre o tema proposto ou sobre uma questão formulada”. A técnica permite que outras questões possam ser formuladas. Foram realizadas um total de 102 entrevistas, sendo 4 com gestores, 28 com produtores/feirantes e 70 com consumidores.

Nas indagações aos gestores, que ocorreram com um representante de cada organização, perseguiu-se informações sobre: ordenamento das feiras; avaliação do circuito nos aspectos sociais e econômicos; principais empecilhos; além de entender os impactos e estratégias vivenciadas nas feiras durante as restrições impostas pela pandemia da Covid-19.

Sobre as entrevistas com os produtores/feirantes, destaca-se que alguns entrevistados foram indicados pelos gestores das feiras, por serem mais antigos ou acessíveis para responder os questionamentos, enquanto outros foram escolhidos aleatoriamente. A quantidade de entrevistas por feira foi proporcional ao tamanho da mesma, isto é, aquelas com o maior número de licenças para feirantes correspondem as que mais foram submetidas a entrevistas. As questões buscaram caracterizar o perfil dos produtores (faixa etária e escolaridade), motivações para produzirem orgânicos e temas referentes à comercialização e singularidade das feiras.

Nas entrevistas com os consumidores, escolhidos de forma aleatória, o critério estabelecido para o número de conversas também foi relativo ao número de produtores licenciados nas feiras. Notou-se que a quantidade de produtores estava relacionada a maior variedade de produtos e conseqüentemente maior número de frequentadores nas

feiras. As entrevistas buscaram caracterizar o perfil dos consumidores, quanto à faixa etária, renda média, escolaridade e bairro de residência. Outras perguntas procuraram captar as motivações para o consumo de orgânicos: o entendimento sobre o que seja um produto orgânico; as dificuldades para aquisição desses produtos; as preferências de locais de compras; a frequência de consumo; bem como se a certificação dos produtos é considerada fator primordial para o consumo (Tabela 1).

Tabela 1 - Número de produtores e consumidores entrevistados por feira orgânica

Gestoras	Feiras Orgânicas	Nº de licenças	Nº de barracas	Nº de produtores entrevistados	Nº de consumidores entrevistados
ABIO	Glória	14	30	10	15
	Tijuca	11	26	8	15
	Olaria	3	8	2	10
AS-PTA	Freguesia	5	6	4	10
Essência Vital	Botafogo	3	9	2	10
AULA	Ilha do Governador	2	3	2	10
Total				28	70

Fonte: trabalho de campo realizado em 2022.

Portanto, a pesquisa teve como procedimentos operacionais a análise de fontes primárias e secundárias tendo um cunho qualitativo, uma vez que se busca a compreensão e interpretação dos dados coletados.

Interações espaciais e redes geográficas

As interações espaciais, segundo Corrêa (1997), equivalem a um heterogêneo e vasto conjunto de deslocamentos de mercadorias, capitais, pessoas e informações. São capazes de em maior ou menor intensidade, transformar-se de acordo com a frequência de acontecimentos e, segundo a distância e direção, apresentar-se por diferentes intenções e interesses e se realizar por meio de diversos meios e velocidades.

Para Corrêa (1997, p. 279):

[...] as migrações em suas diversas formas (definitivas, sazonais, pendulares etc.), as exportações e importações entre países, a circulação de mercadorias entre fábricas e lojas, o deslocamento de consumidores aos centros de compras, a visita a parentes e amigos, a ida ao culto religioso, praia ou cinema, o fluir de informações destinadas ao consumo de massa ou entre unidades de uma mesma empresa são, entre outros, exemplos correntes de interações espaciais em que de uma forma ou outra, estamos todos envolvidos .

Catão, Reolon e Miyazaki (2010, p. 231), ao refletirem sobre a trajetória científica dos estudos relacionados as interações espaciais, lembram que:

[...] Edward Ullman empregou o termo interações espaciais em 1954 para indicar interdependência entre duas ou mais áreas distintas. Entre as décadas de 1970 e 1980, os estudos de interações espaciais passaram a ser orientados por análises quantitativas, ilustradas pelo uso enfático de Modelos Gravitacionais. Por outro lado, num sentido sociológico as interações passaram a ser definidas como configurações espaciais dos contatos sociais, sentido utilizado por Roberto Lobato Corrêa.

Cabe ressaltar que as interações espaciais não devem ser vistas como meros deslocamentos, pois possuem motivações complexas que necessitam ser analisadas. Dessa forma, as relações carecem ser observadas como parte integrante da existência e do processo de transformação social.

No que se refere à existência e reprodução social, as interações espaciais refletem as diferenças de lugares face às necessidades historicamente identificadas. No que concerne às transformações, as interações espaciais caracterizam-se, predominantemente, por uma assimetria, isto é, por relações que tendem a favorecer um lugar em detrimento de outro, ampliando as diferenças já existentes, isto é, transformando lugares (CORRÊA, 1997, p. 280).

Neste sentido, apoiada na sociedade e em seu curso de metamorfismo, as interações espaciais e sua dinâmica somente são compreensíveis, quando classificadas como parte da história do homem e de sua mutável geografia. São relações definidas por especificidades e desigualdades.

Vale ressaltar, que essas interações são simultaneamente sociais e espaciais e constituem redes articuladas entre si (CORRÊA, 1997). Essas redes podem ser analisadas de acordo com três dimensões principais que não estão dissociadas entre si: organizacional, temporal e espacial (CORRÊA, 2005). Sendo assim, tendo como base as dimensões de análise das redes geográficas, buscou-se representar, no decorrer do trabalho, as relações estabelecidas no circuito de feiras orgânica.

Circuitos curtos de comercialização

Aproximar produtores e consumidores se torna um grande desafio na atualidade, haja vista que a alimentação industrializada e o modo de vida moderno distanciaram esses dois atores. Segundo Darolt e Constanty (2012), atualmente os principais canais de comercialização se baseiam em circuitos longos, formados por cadeias industriais de

abastecimento, tendo os supermercados como principal representante. Entretanto, conforme os mesmos autores, a valorização de estilos de vida mais saudáveis e alimentos sem agrotóxicos podem facilitar a reconexão entre consumidores e produtores.

Assim, emergem reflexões sobre a insustentabilidade do atual sistema agroalimentar e das consequências em toda a cadeia de comercialização. Para Matte e Preiss (2019, p. 126):

o distanciamento entre produtores e consumidores, reflexo de uma cadeia, que, cada vez mais afasta a identidade do produto do consumidor, deriva de processo articulado por conjunto de intermediários e grandes corporações alimentares, resultando no afunilamento e no distanciamento das relações sociais entre atores que estão na ponta da cadeia. Assim, há, entre os espaços de produção e consumo, um distanciamento não só geográfico, mas também sociocultural, o que leva os alimentos a serem desnaturalizados, perdendo suas características originais (ecológicas e nutricionais) e seus vínculos sociais.

Nesse contexto, as estratégias comerciais de maior proximidade são apontadas como vantajosas nas dimensões ambientais, sociais e econômicas. Aubry e Chiffolleau (2009), ao abordarem o termo circuito curto, descrevem como os métodos de comercialização de produtos, que se limitam o número de intermediários entre o produtor e o consumidor, aos quais estão associados a uma proximidade geográfica e relacional entre os mesmos.

Dessa forma, estimular novas estratégias de mercados locais, reconectar produtores e consumidores e incentivar a compra de alimentos de base ecológica em cadeias e circuitos curtos de comercialização são caminhos para se formar um novo modelo de consumo alimentar, dentro de padrões sustentáveis (ROVER; DAROLT, 2021).

Segundo Darolt e Constanty (2012), entre os circuitos curtos existe a opção de venda na propriedade, feiras do produtor, cestas em domicílio, beira de estrada, circuitos de turismo rural, grupos de consumidores organizados, programas governamentais, lojas especializadas e restaurantes. Convém mencionar que as feiras dos produtores é a categoria exemplificada, neste estudo, a partir da análise das interações espaciais no CCFO.

O Circuito Carioca de Feiras Orgânicas e suas interações espaciais

O CCFO surge a partir de uma série de debates, entre membros da ABIO, que apontavam a comercialização e a assistência técnica como os principais obstáculos para uma maior expansão no número de agricultores no estado do Rio de Janeiro. Segundo

Ferreira (2013), em estudos sobre a formação do CCFO, constatou-se que as dificuldades encontradas na comercialização com os supermercados, como o baixo volume de produção, fraca organização dos pequenos produtores e baixa remuneração dos agricultores pelo produto orgânico, fizeram com que os membros da organização concluíssem que as feiras eram a opção mais adequada para os pequenos produtores.

A partir desta constatação, debates sobre os mecanismos de comercialização foram crescendo nos núcleos da ABIO, como também no Grupo de Comercialização da Comissão da Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro (CPOrg/RJ). Assim, começou a articulação entre a ABIO e a prefeitura do Rio de Janeiro para a implementação de um decreto que estabelecesse a implementação do CCFO na cidade.

O Decreto de nº 35.064 foi assinado apenas em 2012. Contudo, as feiras começaram a funcionar no ano de 2010, inicialmente, no bairro Peixoto (Copacabana), Ipanema, Leblon e Jardim Botânico, além da inclusão da já existente feira da Glória. O CCFO foi regulamentado contendo três atores principais: a prefeitura, representada a época pela Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico e Solidário (SEDES), correspondendo ao setor público; a ABIO junto aos produtores; e a Associação de Moradores dos bairros, representando os consumidores.

Nos anos seguintes, com a abertura de novas feiras, outras organizações foram incorporadas ao circuito que, atualmente, é composto por quatro gestoras que comandam o total de 21 feiras distribuídas por diferentes bairros na cidade do Rio de Janeiro (Quadro 1). Vale destacar que o circuito motivou a abertura de outras feiras pelo estado do Rio de Janeiro.

Em seu regimento interno, o circuito se caracteriza como uma cadeia curta de produção, comercialização e consumo, de base agroecológica, organizado em uma rede de feiras e destinadas à venda direta de produtos orgânicos, conforme definidos pela Lei Federal nº 10.831/2003. Trata-se de uma parceria entre a prefeitura do Rio de Janeiro e organizações vinculadas a temas de base ecológico que assumam a gestão das feiras.

O circuito traz, em sua essência, a eliminação da figura do intermediário a partir da comercialização direta entre produtores, e consumidores. Desta forma, garantindo a viabilização econômica dos produtores, o acesso da população a alimentos mais saudáveis e a preços mais justos.

Quadro 1 - Feiras do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas

Inauguração	Feira	Praça/Bairro/Área Geográfica do Município	Dia de funcionamento
out./1994	Feira Orgânica e Cultura da Glória	Praça do Russel - Glória - Zona Sul	Sábado
maio/2010	Feira Orgânica do bairro Peixoto	Praça Edmundo Bittencourt - Copacabana - Zona Sul	Sábado
jun./2010	Feira Orgânica de Ipanema	Praça Nossa Senhora da Paz - Ipanema - Zona Sul	Terça-feira
set./2010	Feira Orgânica do Leblon	Praça Antero de Quental - Leblon - Zona Sul	Quinta-feira
set./2010	Feira Orgânica do Jardim Botânico	Praça da Igreja São José da Lagoa - Jardim Botânico - Zona Sul	Sábado
nov./2011	Feira Orgânica da Tijuca I	Praça Afonso Pena - Tijuca - Zona Norte	Quinta-feira
set./2013	Feira Agroecológica da Freguesia	Praça Professora Camisão - Freguesia/Jacarepaguá - Zona Oeste	Sábado
out./2013	Feira Orgânica da Barra da Tijuca	Praça do Ó - Barra da Tijuca - Zona Oeste	Terça-feira
dez./2013	Feira Orgânica da Laranjeiras	Praça Jardim Laranjeiras - Laranjeiras - Zona Sul	Terça-feira
dez./2013	Feira Orgânica de Botafogo	Praça Nelson Mandela - Botafogo - Zona Sul	Sábado
dez./2013	Feira Orgânica do Flamengo	Praça José de Alencar - Flamengo - Zona Sul	Terça-feira
maio/2014	Feira Orgânica de Olaria	Praça Marechal Maurício Cardoso - Olaria - Zona Norte	Sábado
out./2014	Feira Orgânica da Urca	Praça Cacilda Becker - Urca - Zona Sul	Sábado
jan./2015	Feira Orgânica da Tijuca II	Praça Xavier de Brito - Tijuca - Zona Norte	Sábado
out./2015	Feira Orgânica da Praça General Osório	Praça General Osório - Ipanema - Zona Sul	Quinta-feira
nov./2015	Feira Agroecológica da Ilha do Governador	Praça Jerusalém - Jardim Guanabara - Zona Norte	Sábado
dez./2015	Feira Orgânica Parque das Rosas	Praça General Santander - Barra da Tijuca - Zona Oeste	Quinta-feira
fev/2016	Feira Orgânica do Grajaú	Praça Edmundo Rego - Grajaú - Zona Norte	Sábado
maio/2016	Feira Orgânica do Leme	Praça Almirante Júlio de Noronha - Leme - Zona Sul	Sábado
maio/2017	Feira Orgânica da Gávea	Praça Santos Dumont - Gávea - Zona Sul	Sábado
mar./2018	Feira Orgânica do Recreio	Praça Rustier Gonçalves - Recreio dos Bandeirantes - Zona Oeste	Sábado

Fonte: FONSECA, 2013; VALENÇA, 2016. Adaptado pelos autores, 2022.

Assim, o circuito se estrutura a partir de diferentes atores que interagem entre si espacialmente. Existem dois atores principais, os produtores e os consumidores, que representam a essência da rede, pois o circuito tem por finalidade aproximar as duas pontas da cadeia. Além disso, há outros agentes sociais que compõem essas relações a partir da mediação e do auxílio na manutenção do circuito. Posto isso, faz-se necessário

a compreensão das interações espaciais desenvolvidas pelos atores que proporcionam a existência do CCFO, são eles: a Secretaria Municipal, as organizações gestoras, as associações de moradores, os produtores, os feirantes, os consumidores, bem como instituições (assistência técnica, ensino e pesquisa) e organizações que apoiam o circuito e a produção de orgânicos no estado do Rio de Janeiro.

No período de criação do CCFO, o setor do governo responsável pela viabilização da proposta foi a SEDES que tinha vinculações com as pautas econômico solidárias, que auxiliaram no desenvolvimento e expansão do circuito pela cidade. Entretanto, com mudanças de governo, nos anos seguintes, o circuito é transferido para a Secretaria Municipal de Desenvolvimento, Emprego e Inovação (SMDEI), a qual possui pouca relação com as suas pautas, passando a vivenciar períodos de pouco diálogo com a prefeitura.

A falta de apoio do governo foi, notoriamente, observada em 10 de junho de 2020, em pleno período de pandemia da Covid-19, quando uma resolução do governo municipal do Rio de Janeiro revogou, de maneira arbitrária e sem nenhum debate com os outros atores do circuito, o regimento interno do CCFO, extinguindo o Conselho Gestor e sua Governança. Tal decisão foi imediatamente repudiada pelas organizações gestoras, organizações sociais, parlamentares e personalidades familiarizados com pautas agroecológicas.

Vale destacar que o circuito, até então, era regulamentado pelo Decreto nº 35.064/2012, não possuindo natureza jurídica de lei. Assim, parlamentares defensores das pautas de base ecológica apresentaram, em julho de 2020, um Projeto de Lei que objetivava a consolidação do CCFO como um canal comercial e de incentivo ao sistema orgânico de produção agropecuária. Esse projeto foi aprovado, em novembro de 2021, transformando o CCFO na Lei Municipal nº 7.149/2021, a qual assegura a sua existência.

Atualmente, o prefeito da cidade do Rio de Janeiro, a partir de um decreto, atrelou, sem qualquer comunicado as instituições organizadoras das feiras, o circuito à Secretaria Municipal de Ordem Pública (SEOP). Segundo entrevistas com gestores do CCFO, tal atitude é configurada como uma incoerência, pois as feiras orgânicas não possuem relação com qualquer organização responsável pelo ordenamento urbano.

Quanto aos atores representados pelas organizações gestoras, atualmente, são compostos por quatro organizações: ABIO; AS-PTA, em parceria com a Rede Carioca

de Agricultura Urbana (Rede CAU); Essência Vital; e AULA. Estes, basicamente, devem fiscalizar o funcionamento e manter a qualidade dos serviços prestados nas feiras orgânicas. Dentre algumas das regras gerais de organização das feiras estão as normas de identidade visual, como, por exemplo: padronização dos forros das barracas; a obrigatoriedade de uso da bandeira com a logomarca e o avental do circuito; e a proibição de exposição de produtos em qualquer outro espaço que não sejam as barracas (Figura 1). Além disso, cada gestora tem autonomia para definir os mecanismos de gestão participativa adotados nas feiras, respeitando o regimento geral do circuito.

Figura 1 - Aspecto visual das feiras do CCFO: imagem A - Feira Orgânica e Cultural da Glória; imagem B - Feira Orgânica de Botafogo



Fonte: Os autores, 2022.

Nas entrevistas com esses atores, constatou-se que os organizadores seguem princípios de comércio justo, ético e solidário, baseados na autogestão, na solidariedade e na construção de laços de cooperação. No tocante aos aspectos sociais, estes atores confirmaram o sucesso da feira, destacando o número crescente de feiras inauguradas desde a criação do circuito, além de ressaltarem a expansão do circuito para bairros fora da zona sul carioca, considerada a região de maior poder aquisitivo da cidade.

Ademais, o desempenho do circuito também pode ser mensurado pelos aspectos econômicos. Esses dados financeiros podem ser observados ao comparar o rendimento do circuito, relatado no ano de 2011, por Fonseca *et al.* (2013), em torno de R\$ 2,5 milhões anuais e o valor estimado, para o ano de 2019, relatado por Siqueira *et al.* (2020), em torno de R\$ 7,5 milhões, revelando a importância das feiras para os produtores e consumidores.

Entretanto, os entrevistados destacam que a crise econômica, enfrentada pelo país há alguns anos, aliada aos efeitos da pandemia da Covid-19, desencadeou na queda das vendas. Além disso, ressaltam que as diversas alternativas criadas para o acesso dos consumidores aos produtos orgânicos ou agroecológicos, como entregas de cestas, grupos de compras coletivas, dentre outros, também devem ser consideradas (SIQUEIRA *et al.*, 2020; ALMEIDA *et al.*, 2020).

Os representantes das gestoras, quando perguntados sobre os principais problemas enfrentados na organização das feiras, foram unânimes em reprovar a falta de apoio da prefeitura do Rio de Janeiro. Nenhuma das feiras possui banheiros químicos ou lixeiras disponibilizadas pela prefeitura. Cabe evidenciar que todos os locais de realização das feiras são limpos pelos próprios feirantes, após o encerramento das feiras.

Relativo ao período pandêmico e às estratégias de superação desenvolvidas nas feiras foi constatado que o pior momento ocorreu no início da pandemia, quando a prefeitura do Rio de Janeiro determinou o fechamento de diversos estabelecimentos e espaços de comercialização ao ar livre. Assim, os produtores, que já estavam com suas mercadorias colhidas e prontas para serem levadas às feiras, foram surpreendidos por essa decisão repentina. Entretanto, a partir de uma mobilização das gestoras, juntamente com organizações que apoiam os agricultores, conseguiu-se uma autorização excepcional, junto a prefeitura, para o funcionamento das feiras orgânicas, na semana seguinte. Porém, mesmo com este retorno, os agricultores constataram uma redução na frequência de consumidores nas feiras.

Observou-se que a principal estratégia adotada nas feiras para alcançar consumidores, que evitaram a circulação pela cidade, foi a divulgação individual do número telefônico/*WhatsApp* dos agricultores nas páginas das redes sociais das feiras. Assim, agricultores puderam realizar entregas de cestas em domicílio. Na feira do bairro da Freguesia foi constatado uma iniciativa coletiva de entrega de cestas, apoiada por uma docente da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), do Departamento de Ciências Sociais, e integrante da Rede CAU, com a criação de uma plataforma virtual onde todos os produtores da feira puderam disponibilizar seus produtos de forma conjunta na entrega de cestas. Notou-se que a entrega das mesmas, tanto individuais como coletivas, foram apontadas pelos produtores como estratégia que, mesmo após a pandemia, continuarão entre as modalidades de vendas.

Outro ator importante, participante do circuito, são as Associações de Moradores dos bairros. Estes assumem um papel decisório na solicitação, aprovação e no poder de veto sobre a implantação de feiras nos bairros. Em alguns casos, observou-se a participação na divulgação das feiras ou até mesmo na elaboração de suas regras. Entretanto, de acordo com informações de alguns gestores, geralmente essas interações ficam limitadas somente aos procedimentos de abertura das feiras, sem maiores envolvimento no cotidiano delas.

Quanto aos atores representados pelos feirantes, observa-se a existência de três tipos de feirantes: os feirantes produtores, os feirantes mercadores e os feirantes funcionários. Os feirantes produtores são os que trabalham na produção agrícola *in natura* ou em atividades de processamento de alimentos (bolos, geleias ou biscoitos). Convém ressaltar que algumas barracas são compostas por grupos de muitas famílias, permitindo a divisão de tarefas entre eles. Assim, em alguns casos, a função de venda fica encarregada aos que se julgam mais aptos, não necessariamente estes participando do processo de plantio ou colheita.

Relativo às características pessoais destes produtores, percebeu-se que estão distribuídos, principalmente, entre os adultos nas faixas etárias de 40 a 59 anos, representando 62%. Seguidos pelo grupo dos produtores com mais de 60 anos (14%) que simbolizam o grupo dos agricultores pioneiros na produção de orgânicos no estado e que iniciaram a primeira feira orgânica da cidade do Rio de Janeiro, há 28 anos. Além disso, também com 14%, vale destacar os jovens¹ entre 18 e 29 anos de idade, representando, em sua maioria, filhos e netos de agricultores que estão envolvidos no processo produtivo orgânico.

De acordo com Fonseca *et al.* (2013, p. 221):

é importante notar que as ações implicadas na realização das feiras geram empregos e renda no campo. Nas famílias e nos grupos, alguns produtores particularmente os mais jovens, ao se envolverem na comercialização dos produtos, encontram novas perspectivas para permanecerem no campo e na atividade rural.

No que concerne à escolaridade dos produtores/feirantes, o ensino fundamental incompleto representou o maior número de resposta com 36%, seguido pelo ensino médio completo (32%). Observou-se que os agricultores com idades mais avançadas

¹ No Brasil a Lei nº 12.852/13 institui o Estatuto da Juventude. Para esta Lei, são consideradas jovens as pessoas com idade entre 15 e 29 anos de idade.

justificaram a baixa escolaridade nas dificuldades em acessar escolas em tempos passados e a necessidade de começarem a trabalhar cedo.

Outro fato importante, percebido nas entrevistas, foi a motivação dos agricultores para produzirem organicamente. A principal justificativa foi a opção de vida² com 36%, seguida pela saúde pessoal (29%), saúde do consumidor com (21%) e a conservação da natureza com (14%).

Em consonância com a pesquisa realizada com produtores orgânicos do estado do Rio de Janeiro, por Assis (1993), os fatores que determinam a escolha por cultivos de base ecológica são, predominantemente, de natureza ideológica, funcionando o mercado como variável secundária. Assim, estes agricultores se assemelham na classificação, elaborada por Canuto (1998), a agricultores familiares ecológicos, pois possuem como premissas perspectivas de qualidade de vida, ambientais e sociais, buscando construir formas mercantis mais próximas dos consumidores, sem incremento de preços, derivados de prêmios de qualidade. Diferente dos denominados, pelo mesmo autor, de agricultores ecológicos empresariais, que possuem a sua principal motivação direcionada ao mercado.

Além disso, quando perguntados sobre temas referentes à comercialização, os produtores relataram que os principais canais que utilizam para vendas são, respectivamente em ordem de importância: as feiras, vendas em suas propriedades e cestas para entregas. Segundo os produtores, as feiras ainda representam o local de maior regularidade em termos mercantis. Cabe ressaltar que a entrega de cestas foi o canal que mais cresceu entre os agricultores no período atual.

Convém ainda mencionar que a maioria dos agricultores ressaltou a importância das feiras como locais de encontro, aprendizado e conversa com os consumidores. Em pequenos gestos, agricultores ecológicos fazem questão de assegurar vínculos sociais através dos produtos, seja trazendo receitas para os seus consumidores, esclarecendo os benefícios dos alimentos que levam aos mesmos, singularidades do modo de produção ou convidando para visitar seus locais de produção.

Relativo aos feirantes, denominados de mercadores, estes são um grupo específico no regimento do CCFO. Trata-se de comerciantes de produtos que não

² Convém mencionar que nas entrevistas muitos produtores escolheram a alternativa opção de vida por entenderem que essa opção englobaria todas as outras alternativas.

existam nas feiras pelos feirantes produtores. Assim, caso não haja produção local, é facultado, ao feirante mercador, a venda destes produtos previamente acordados com os feirantes produtores e o responsável da organização gestora. Essa relação faz com que os feirantes mercadores sejam minoritários em comparação aos feirantes/produtores.

Já os feirantes funcionários são os que recebem pagamentos em diárias para auxiliar nos dias das feiras. Estes estão tanto nas barracas de feirantes mercadores, como também nas barracas de feirantes produtores, porém em número reduzido. É necessário ressaltar que existem pessoas que ajudam nas barracas sem nenhum tipo de remuneração. Estes participam por uma questão de amizade ou por gostarem do ambiente acolhedor das feiras.

Com relação à origem dos produtores que participam das feiras visitadas, constatou-se que a produção se origina de 10 municípios. Sendo, em sua maioria, municípios da Região Metropolitana (Itaboraí, Magé, Maricá, Petrópolis, Queimados, Rio de Janeiro e Seropédica), além de Duas Barras, na Região Serrana, Silva Jardim, na Região das Baixadas Litorâneas e Quatis, na Região do Médio Paraíba.

Observa-se que a localização das produções está espacialmente próxima do município do Rio de Janeiro. Fato que, segundo Valença (2016, p. 78),

[...] beneficia os produtores de verduras, legumes e frutas, produtos altamente perecíveis que, por se localizarem próximo ao mercado consumidor, que é a capital do estado do Rio de Janeiro, onde as feiras do circuito são sediadas, se beneficiam com a logística de transporte para escoar suas produções rapidamente e com baixo custo, sem necessidade de tecnologias no transporte para isso ou acondicionamento especializado, como câmaras climatizadas.

Relativo aos cultivos, existe uma elevada participação de produtores originários da localidade do Brejal, situado no distrito da Posse, em Petrópolis, área pioneira no estado do Rio de Janeiro na produção de alimentos em transição agroecológica. Esta localidade mantém, até os dias atuais, um elevado número de propriedades dedicadas a esse modelo produtivo.

Como já foi, brevemente, comentado, vale enfatizar que alguns agricultores incentivam a visita dos consumidores às suas propriedades. Como relatado por agricultores do grupo GP Brejal, originários de Petrópolis, que realizam passeios denominados “passeios na roça”. Estes eventos se configuram como passeios de vivências nas propriedades, proporcionando, aos visitantes, experimentar a realidade

dos agricultores no processo de cultivo orgânico, além da possibilidade de conhecerem o local de origem dos produtos.

Esse tipo de atividade, segundo Darolt (2005, p. 20), permite ao consumidor conferir os problemas enfrentados pelos agricultores e esclarecer dúvidas em relação à forma de produção e certificação. “Também servindo como uma forma de educação ambiental, promoção do turismo rural e valorização da produção local de alimentos”. Segundo Marafon (2005, p. 8494), em estudos sobre as transformações socioespaciais no rural fluminense, o turismo rural se atesta como mais uma opção que surge para os agricultores familiares venderem a sua força de trabalho e complementarem a sua renda, “reforçando o caráter pluriativo das unidades familiares de produção e inseridos no processo de produção do espaço”.

Quanto aos atores, representados pelos consumidores, Betti *et al.* (2013, p. 280) reforça que os diferentes valores interferem na conformação das práticas de consumo. Nota-se que “cada vez mais, muitos desses valores associam-se a uma posição proativa dos consumidores na transformação das práticas de consumo em práticas políticas”.

No tocante ao perfil dos consumidores, buscou-se caracterizar a faixa etária, renda média, escolaridade e bairro de residência. Outras perguntas objetivaram captar as motivações para o consumo de orgânicos: o entendimento sobre o que seja um produto orgânico, as dificuldades para aquisição desses produtos, as preferências de locais de compras, a frequência de consumo, bem como se a certificação dos produtos é considerada fator primordial para o consumo.

Em relação à caracterização do perfil dos consumidores, nas feiras visitadas, constatou-se uma relativa homogeneidade entre as faixas etárias entre 40 e 69 anos, correspondendo a 67% da amostra. As faixas etárias menos encontradas foram as de 20 a 29 e as de 80 a 89 anos, com respectivamente 6% e 8%. Assim, percebeu-se uma presença marcante da população adulta e idosa nas feiras. Com respeito a renda familiar dos entrevistados, 36% declararam ter renda entre 6-9 salários-mínimos, seguido do grupo que revelou receber entre 9-12 salários-mínimos (30%). A renda menos citada foi a de 1-3 salários-mínimos. Quanto ao nível de escolaridade, 75% dos entrevistados declararam estarem cursando ou possuem ensino superior.

Relativo ao bairro de residência dos consumidores, percebeu-se que, na maioria das vezes, estes são residentes do próprio bairro de realização das feiras ou de bairros

vizinhos. Vale ressaltar que a feiras dos bairros da Glória e Tijuca, por serem as com maior número de barracas e variedade de produtos, foram as que se observou maior percentual de pessoas originárias de outros bairros. Convém ainda mencionar que, na feira da Glória, foi observado consumidores de bairros mais distantes, fato explicado por alguns consumidores por já frequentarem a feira desde quando esta era a única feira da cidade.

No que concerne às motivações para o consumo de produtos orgânicos, observou-se que a principal justificativa é a saúde pessoal e da família (69%), seguida pela qualidade do produto, com 14%. As demais razões foram preocupação com o meio ambiente (11%) e ajuda a agricultura familiar (6%). Realidade também constatada em pesquisa realizada pela Associação de Promoção dos Orgânicos (Organis), em 2021, com uma escala de abrangência nacional, mostrando que 47% das pessoas declararam consumir produtos orgânicos por motivos individuais, não aparecendo de forma expressiva a dimensão do coletivo. Por sua vez, isso demonstra a necessidade de maior divulgação dos benefícios dos orgânicos em assuntos que afligem a sociedade, como a preservação do meio ambiente, crise climática e a redução dos desequilíbrios socioeconômicos (ORGANIS, 2021).

No que se refere ao entendimento dos consumidores sobre o que é um produto orgânico, 67% das pessoas associaram a não utilização de agrotóxicos e 33% relacionaram a um alimento saudável e de melhor qualidade nutricional. Para Betti *et al.* (2013), a percepção dos consumidores, quanto aos benefícios à saúde dos produtos orgânicos, expressa a maior divulgação nos meios de comunicação sobre as consequências do uso de agrotóxicos e transgênicos.

No que diz respeito à comercialização, a maioria dos entrevistados (73%) afirmou uma preferência pela compra de produtos nas feiras orgânicas, em detrimento de outros canais de comercialização. As outras opções citadas foram: hortifruti (13%), supermercado, com 9%, lojas de produtos naturais (3%) e cestas, com 2%. Já os grupos de compras coletivas não foram mencionados.

Entre as razões principais pelas quais os entrevistados frequentam as feiras orgânicas foram apontadas: o acesso à informação/origem do produto, com 53%; a qualidade do produto, com 27%; e a relação com os produtores, com 20%. Observa-se que a feira orgânica, para muitos consumidores, apresenta-se como um local de confiança e contato com os produtores.

Quanto à frequência de consumo de produtos orgânicos, 61% responderam sempre consumir orgânicos, 30% eventualmente e 9% muito eventualmente. Perguntados sobre as principais dificuldades encontradas na aquisição desses produtos, o preço com 63% e a pouca variedade de produtos (21%), foram as principais respostas. Realidade também constatada em pesquisa pela Organis (2021), onde 67% dos consumidores apontaram o alto valor dos produtos orgânicos como principal impedimento para um consumo em maior quantidade.

Perguntados se consideram importante a certificação dos produtos para garantia de confiabilidade, 62% dos consumidores responderam que consideram primordial a certificação e 38% relataram que a confiança nos produtores atua como a garantia mais efetiva de qualidade do alimento. Para Betti *et al.* (2013), a sociabilidade, entre os produtores e os consumidores, apresenta-se como elemento diferencial das feiras. O que leva os consumidores às feiras é a qualidade dos produtos, compreendida não apenas em relação ao frescor, sabor e saúde, mas também aos aspectos valorativos que associam esses produtos a novas formas de consumo ético e solidário (BETTI *et al.*, 2013).

Por fim, outros atores que não fazem parte diretamente do CCFO, mas que também auxiliam na existência do circuito e no desenvolvimento da agricultura orgânica e agroecológica no estado do Rio de Janeiro, são organizações de assistência técnica como a Emater-RJ, a partir de acompanhamento técnico e capacitação de agricultores; as instituições de ensino e pesquisa com destaque para UFRRJ, Fiocruz, Universidade Federal Fluminense (UFF), Embrapa e Pesagro-Rio; as organizações da sociedade civil como a Rede Ecológica³; o acompanhamento dos Conselhos Municipais da Cidade do Rio de Janeiro, de Segurança Alimentar e Nutricional (Consea Rio) e o de Desenvolvimento Rural (CMDR). Além de movimentos agregadores destas organizações como a Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro (AARJ), que se caracteriza como um movimento de agrupamentos da sociedade, no qual, que a partir da identificação, sistematização e mapeamento de experiências, procura se articular no estado com o objetivo de fortalecer as iniciativas agroecológicas.

³ A Rede Ecológica, criada em 2001, configura-se como um movimento social que articula agricultores e grupos de consumidores, e tem por objetivo viabilizar o escoamento da produção de alimentos, promover um consumo mais consciente e sustentável e sensibilizar as pessoas da cidade com a luta do campo (ALMEIDA *et al.*, 2020).

Sendo assim, o CCFO é um movimento social que envolve ligações entre os diversos atores como os produtores, os comerciantes, o poder público, as organizações gestoras, as associações de moradores, os consumidores e as outras instituições e organizações civis que se organizam entorno de ambições comuns. A fim de proporcionar a conexão entre o campo e a cidade, promovendo o fortalecimento da agricultura familiar de base agroecológica e proporcionando alimentos saudáveis aos consumidores. Isso, através das redes geográficas, desenvolvidas pelas interações espaciais estabelecidas por esses atores em feiras.

No que diz respeito às redes geográficas estabelecidas pelas interações espaciais no CCFO, entende-se, conforme Corrêa (1997), que essas redes são, como qualquer materialidade social, produtos e condições sociais. Assim, para um maior entendimento das variáveis que são estabelecidas nessas conexões, faz-se necessário a sua interpretação a partir da correlação das dimensões organizacional, temporal e espacial da rede geográfica (CORRÊA, 2005).

Quanto à dimensão organizacional, refere-se à configuração interna da entidade estruturada em rede. Sendo, a partir das análises e interpretações realizadas no CCFO, um modelo de mercado periódico com formas espaciais que se aproximam de redes circulares. Detém como agentes: agricultores familiares, comerciantes, instituições representativas do poder público (SEOP), grupos sociais (ABIO, AS-PTA, Rede CAU, Essência Vital e AULA), associação de moradores e consumidores. Além de outras instituições e organizações que também apoiam indiretamente o circuito (Emater, Pesagro, UFRRJ etc.). Em relação à origem, pode-se classificar como espontânea, representada por mercados periódicos, e a natureza dos fluxos envolve mercadorias (produtos agrícolas *in natura* e processados), pessoas (produtores, comerciantes e consumidores) e informações (trocas de conhecimentos e decisões). Sua função, segundo consta no próprio regimento, é a integração, a partir de canais de venda direta, entre áreas de produções orgânicas de base agroecológicas, no estado do Rio de Janeiro, e o mercado consumidor da cidade do Rio de Janeiro.

A respeito de sua finalidade, o CCFO está ligado a princípios do comércio justo, ético e solidário, que foi o propósito germinativo da idealização do circuito, objetivando facilitar o escoamento de produtos pelos agricultores e proporcionar, aos consumidores,

alimentos mais saudáveis e a um preço mais justo. Assim, viabilizando a ampliação da agricultura orgânica no estado do Rio de Janeiro.

Acerca de sua existência, esta é classificada como real, com ligações materiais e a sua realização é formal, já que o circuito é regulamentado pela Lei Municipal 7.149/21 que o qualifica como um canal comercial e de incentivo ao sistema orgânico de produção agropecuária (RIO DE JANEIRO (RJ), 2021). Além disso, os produtores são submetidos a alguns dos mecanismos de controle para a garantia da qualidade orgânica previstos no Decreto Federal 6.323/2007.

Como os aspectos organizacionais não adquirem concreticidade se estiverem desvinculados do tempo e do espaço, há desta forma, uma dimensão temporal e outra espacial a serem consideradas. No que concerne à dimensão temporal, o CCFO se trata de uma rede que existe há 11 anos, relativamente jovem, entretanto, muitos de seus organizadores fizeram parte da criação da Feira Orgânica e Cultural do bairro da Glória que completou, no ano de 2022, 28 anos de existência ininterruptos. Sendo assim, entende-se que existe um amadurecimento conquistado durante esses anos de comercialização direta na cidade.

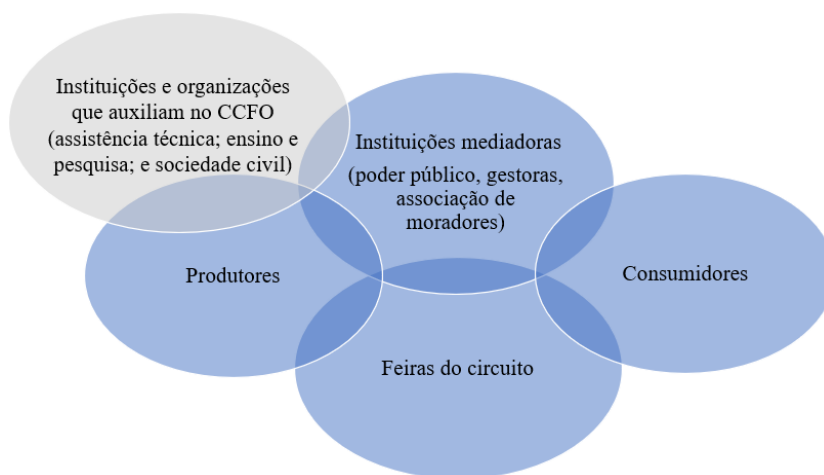
Relativo à velocidade dos fluxos, esta é considerada lenta e a sua frequência é periódica. Esta é uma característica fundamental que a distingue do comércio fixo (CORRÊA, 1997). Mascarenhas (1992, p. 133), em estudos sobre as feiras livres na cidade do Rio de Janeiro, faz referência às vantagens da periodicidade desses mercados:

[...] se por um lado faz da feira-livre uma atividade rudimentar, apoiada em precárias estruturas de madeira, dota-a de uma forma muito singular de consumir espaço, dele se apropriar por instantes, sem ter o ônus imobiliário de uma ocupação permanente.

Quanto à dimensão espacial, trata-se de uma abrangência escalar de âmbito de atuação local e regional, pois se trata em sua essência, de um circuito curto de proximidade. Os agricultores que abastecem o circuito são, essencialmente, de municípios da região Metropolitana do estado. Entretanto, produtos de outras regiões do Brasil também são ofertados nas feiras. Com relação a sua forma, via de regra, assume uma configuração espacial do tipo circuito, na qual há relativa sincronia espaço-temporal por parte dos participantes da feira, isto é, agricultores, comerciantes e consumidores.

Diante do exposto, de forma esquemática, demonstra-se o funcionamento da rede de feiras do CCFO na Figura 2. Trata-se de um circuito de comercialização considerado curto, de proximidade, formado por diferentes atores que interagem entre si, espacialmente, formando redes geográficas. Essa dinâmica consiste em uma inter-relação entre os produtores e os consumidores, sempre amparadas e respaldadas por instituições que realizam a mediação entre as partes (poder público, gestoras e associações de moradores). Convém ainda ressaltar, as instituições e organizações que não fazem parte diretamente do CCFO, mas que auxiliam (assistência técnica, ensino e pesquisa e grupos da sociedade civil) na sua existência, também participam desta rede. Desse modo, além das relações comerciais, esses espaços representam solidariedade, resistência, trocas de saberes, técnicas de plantio e organização comunitária.

Figura 2 - Esquema de funcionamento da rede do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas



Fonte: CASSOL; SCHNEIDER, 2015. Adaptado pelos autores, 2022.

Assim, diante dessas motivações e intenções, o CCFO resiste e existe como um canal de comercialização curto, pautado em princípios de comércio justo e solidário, abarcando dimensões ambientais, sociais e econômicas nas redes estabelecidas.

Considerações Finais

Diante do exposto, constata-se a necessidade de alterar o modelo econômico globalizado e idealizar uma realidade, na qual a agricultura seja evidenciada, a partir de diretrizes que não estejam voltadas apenas para a reprodução do capital, mas

relacionada a uma matriz ecológica, humana e comunitária, aproximando quem produz de quem consome (MIRANDA *et al.*, 2021). Assim, a agricultura, de base agroecológica, incorpora a produção agropecuária, a conservação ambiental, o compromisso social da agricultura em relação aos produtores e consumidores, bem como a sustentabilidade ecológica dos sistemas de produção (CAMPANHOLA; VALARINI, 2001).

Em vista disso, pode-se afirmar que circuitos curtos de comercialização se mostram estratégicos no enfrentamento do sistema hegemônico de produção, distribuição e consumo. Apresenta-se como prática ligada à reflexão crítica sobre as relações insustentáveis e exploratórias presentes na cadeia produtiva convencional e como a possibilidade de construir novas formas de fazer e consumir.

Verifica-se que o CCFO se insere, neste modelo de comercialização, pautado no comércio justo e solidário, organizado em uma cadeia curta de proximidade, incentivando a produção, a circulação e o consumo de produtos orgânicos na cidade e no estado do Rio de Janeiro.

No estudo, buscou-se analisar as interações espaciais estabelecidas no processo de produção, comercialização e consumo, procurando compreender as motivações, perspectivas e significados relativos a essas conexões. O CCFO se trata de um canal de proximidade, formado por diferentes atores que interagem, espacialmente, entre si, motivados por questões de base agroecológicas. Essa dinâmica consiste em uma relação próxima entre os produtores e os consumidores, sempre amparadas e respaldadas por instituições que realizam a mediação entre as partes.

Diante do exposto, percebe-se que o CCFO é um movimento social que envolve ligações entre diversos atores que se organizam no entorno de ambições comuns, a fim de proporcionar a conexão entre o campo e a cidade, a partir das redes desenvolvidas pelas interações espaciais estabelecidas por esses atores.

Assim, nota-se que o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, a partir da articulação em rede de movimentos e organizações, em torno da temática orgânica de base agroecológica, vem, há 11 anos, cumprindo um papel importante de abastecimento, promovendo saúde e fazendo circular a economia, na cidade e no estado do Rio de Janeiro. Isso por meio do acesso e da conexão entre os agricultores e os consumidores.

Referências

- ALMEIDA, L. R. M. de *et al.* **Experiências de Comercialização de Cestas da Agricultura Familiar no Rio de Janeiro**. 2020. (Relatório de pesquisa). Disponível em: <https://nides.ufrj.br/images/Imagens/programas/SOLTEC>. Acesso em: 3 fev. 2022.
- ASSIS, R. L. de. **Diagnóstico da agricultura orgânica no estado do Rio de Janeiro e propostas para sua difusão**. 1993. 154 p. Dissertação (Mestrado) – Agronomia, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1993.
- ASSIS, R. L. de. Globalização, desenvolvimento sustentável e ação local: o caso da agricultura orgânica. **Cadernos de ciência e tecnologia**, Brasília. v.20, n. 1, p. 79-96, jan./abr. 2003.
- AUBRY, C.; CHIFFOLEAU, Y. Le développement des circuits courts et l’agriculture péri-urbaine: histoire, évolution en cours et questions actuelles. **Innovations Agronomiques**, n. 6, p. 53-67, jul./dez. 2009.
- BARROS, R. C. Agricultura orgânica no Rio de Janeiro: exemplo da interação rural-urbana. Colégio Técnico da UFRRJ - CTUR, **Apostila**, sem data. 16p.
- BETTI, P. *et al.* O consumo politizado como resposta à crise socioambiental: as justificativas sociais da compra de produtos orgânicos em feiras-livres de Curitiba. *In*: SNIERDELE, P. A; ALMEIDA, L; VEZZANI, F. M. (org.). **Agroecologia: práticas, mercado e política para uma nova agricultura**. Curitiba: Kairós, 2013, p. 265-294.
- BRASIL. **Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. Agricultura orgânica e outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/2003/L10.831.htm>. Acesso em: 23 maio 2021.
- BRASIL. **Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007**. Regulamento da Lei nº 10.831 e dispõe sobre agricultura orgânica. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Decreto/D6323.htm>. Acesso em: 23 nov. 2021.
- CAMPANHOLA, Clayton; VALARINI, Pedro José. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, Brasília, v. 18, n. 3, p. 69-101, set./dez. 2001.
- CANUTO, J. C. Agricultura ecológica e sustentabilidade socioambiental. **Extensão rural**, DEAER/CPGExR – CCR – UFSM, ano V, p. 71-87, jan./dez., 1998.
- CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. **Lua Nova**, São Paulo, 95, p. 143-177, maio/ago., 2015. DOI: <https://doi.org/10.1590/0102-6445143-177/95>

- CATÃO, R. de C.; REOLON, C. A.; MIYAZAKI, V. K. Interações Espaciais: uma reflexão temática. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 11, n. 35, p. 231-239, set. 2010. DOI: <https://doi.org/10.14393/RCG113516340>
- CORRÊA, R. L. Interações espaciais. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C.; CORRÊA, R. L. **Explorações geográficas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997. p. 279-318.
- CORRÊA, R. L. Dimensões de análise das Redes Geográficas. In: CORRÊA, R. L. **Trajétórias Geográficas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005. p. 107-118.
- DAROLT, M. Diagnóstico do Setor: panorama geral, entraves, potenciais e o consumo de produtos orgânicos. In: CASTRO, C. *et.al.* **Agricultura Orgânica e Agroecologia**. 1. ed. Campinas, 2005. 53p.
- DAROLT, M. R.; CONSTANTY, H. Reconectando agricultores e consumidores ecológicos. In: DAROLT, M. R. **Conexão ecológica: novas relações entre agricultores e consumidores**. Londrina: IAPAR, 2012. p. 107-132.
- FERREIRA, J. Os agentes da construção política de mercados. **Iuminuras**, Porto Alegre, v. 14, n. 33, p. 87-99, jul./dez. 2013. DOI: <https://doi.org/10.22456/1984-1191.42330>
- FONSECA, M. F. de A. C., *et al.* Circuito Carioca de Feiras Orgânicas: a expansão da venda direta de alimentos orgânicos, o controle social, a regulamentação da agricultura orgânica e os princípios do comércio justo e solidário. In: CONTERATO, M. A. *et al.* (org.). **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013, p. 211-224
- HESPANHOL, R. A. de M. Agroecologia: limites e perspectivas. In: Alves, A.; CARRIJO, B.; CANDIOTTO, L. (org.). **Desenvolvimento territorial e agroecologia**. 1ed. São Paulo: Expressão Popular, 2008, v.1, p. 117-136.
- LIMA, M. do S. B.; MOREIRA, E. V. A pesquisa qualitativa em geografia. **Caderno Prudentino de Geografia**, Presidente Prudente, n. 37, v. 2, p. 27-55, ago./dez. 2015.
- MARAFON, G. J. Transformações no Espaço Agrário Fluminense. In: ENCONTRO DE GEÓGRAFOS DA AMÉRICA, 10., 2005. São Paulo. **Anais [...]** São Paulo: USP, 2005. Disponível em: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal10>. Acesso em: 16 fev. 2022.
- MASCARENHAS, G. O lugar da feira livre na grande cidade capitalista. **Revista Brasileira de Geografia**. Rio de Janeiro: IBGE, v. 54, n. 1, p. 95-121, 1992.
- MATTE, A.; PREISS, P. Protagonismo de produtores e consumidores na construção de mercados alimentares sustentáveis. In: VILANI, R. M.; VANZELLA, E.; BRAMBILLA, A. (org.). **Alimentação e sustentabilidade**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019. p. 125-155.

MATTEI, L. O papel e a importância da agricultura familiar no desenvolvimento rural brasileiro contemporâneo. **Revista Econômica do Nordeste** - REN, Fortaleza, v. 45, suplemento espacial, p. 83-91, out./dez., 2014.

MIRANDA, D. *et al.* Construção social de mercados orgânicos: o caso das Células de Consumidores Responsáveis em Florianópolis-SC. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, 59(2), 2021. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.220071>

ORGANIS, Associação de promoção dos orgânicos. **Panorama do consumo de orgânicos no Brasil 2021**. Disponível em: <https://www.organicsnet.com.br/site/wp-content/uploads/2022/01/Pesquisa-Organis-2021-Amostra>. Acesso em: 12 maio 2022.

RIO DE JANEIRO (RJ). **Decreto nº 35064 de 25 de janeiro de 2012**. Dispõe sobre a criação do circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Disponível em: https://smaonline.rio.rj.gov.br/legis_consulta/40320Dec%2035064_2012.pdf. Acesso em: 24 maio 2021.

RIO DE JANEIRO (RJ). SEDES - Secretaria Especial de Desenvolvimento Econômico e Solidário. Regimento Interno do Circuito Carioca. **Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro**, 2015. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/diarios/90010666/dom-rj-normal-20-04-2015-pg-91>. Acesso em: 17 nov. 2021.

RIO DE JANEIRO (RJ). **Lei nº 7.149 de 26 de novembro de 2021**. Dispõe sobre o Circuito Carioca de Feiras Orgânicas e consolida conceitos sobre o sistema Orgânico de Produção Agropecuária. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/rj/r/rio-de-janeiro/lei-ordinaria/2021/715/7149/lei-ordinaria-n-7149-2021-dispoe-sobre-o-circuito-carioca-de-feiras-organicas-e-consolida-conceitos-sobre-o-sistema-organico-de-producao-agropecuaria>. Acesso em: 23 maio 2022.

ROVER, O. J.; DAROLT, M. R. Circuitos curtos de comercialização como inovação social que valoriza a agricultura familiar agroecológica. *In*: DAROLT, M. R.; ROVER, O. J. (org.). **Circuitos curtos de comercialização, agroecologia e inovação social**. Florianópolis, SC: Estúdio Semprelo, 2021. p. 19-43.

SIQUEIRA, A. P. P. de *et al.* Circuito Carioca de Feiras Orgânicas: Construção participativa de novas estratégias para a oferta de produtos orgânicos no Estado do Rio de Janeiro. **Cadernos de Agroecologia**, Anais do XI Congresso Brasileiro de Agroecologia, São Cristóvão, Sergipe – v. 15, n. 2, 2020.

VALENÇA, T. **Circuito Carioca de Feiras Orgânicas, um olhar geográfico sobre a expansão da comercialização de alimentos orgânicos na cidade do Rio de Janeiro**. 2016. 106 p. Dissertação (Mestrado), IGEOG, UFRJ, Rio de Janeiro, 2016.

Recebido em 06/03/2023.

Aceito para publicação em 14/06/2023.