



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL**

**NOVAS PERSPECTIVAS PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS
AGROECOLÓGICOS: UM ESTUDO DE CASO EM HOJARASCA – CARMEN
DE VIBORAL, COLÔMBIA**

GABRIELA FERREIRA DE SOUZA

**Araras
2014**



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS
CENTRO DE CIÊNCIAS AGRÁRIAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL**

**NOVAS PERSPECTIVAS PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS
AGROECOLÓGICOS: UM ESTUDO DE CASO EM HOJARASCA – CARMEN
DE VIBORAL, COLÔMBIA**

GABRIELA FERREIRA DE SOUZA

ORIENTADOR: PROF. Dr. CLÁUDIO JOSÉ BERTAZZO

Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-Graduação em Agroecologia e
Desenvolvimento Rural como requisito
parcial à obtenção do título de
**MESTRE EM AGROECOLOGIA E
DESENVOLVIMENTO RURAL**

Araras

2014

**Ficha catalográfica elaborada pelo DePT da
Biblioteca Comunitária da UFSCar**

S729np Souza, Gabriela Ferreira de.
Novas perspectivas para a comercialização de produtos agroecológicos : um estudo de caso em Hojarasca – Carmen de Viboral, Colômbia / Gabriela Ferreira de Souza. - São Carlos : UFSCar, 2014.
123 f.

Dissertação (Mestrado) -- Universidade Federal de São Carlos, 2014.

1. Agroecologia. 2. Mercado agroecológico. 3. Iniciativa local. 4. Transição agroecológica. I. Título.

CDD: 630 (20^a)

MEMBROS DA BANCA EXAMINADORA DA DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

DE

GABRIELA FERREIRA DE SOUZA

APRESENTADA AO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
AGROECOLOGIA E DESENVOLVIMENTO RURAL, DA UNIVERSIDADE
FEDERAL DE SÃO CARLOS, **EM 26 DE AGOSTO 2014.**

BANCA EXAMINADORA:



PROF. DR. CLAUDIO JOSÉ BERTAZOO
ORIENTADOR
(UFG)



PROF.ª DR.ª LILIAN MARTA GRISOLIO MENDES
(UFG)



PROF. DR. MANOEL BALTASAR BAPTISTA DA COSTA
(UFSCar)

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais, Tânia Gaya e Orlando Ferreira, pelo amor, dedicação e paciência todos esses anos. Ao respeito pela minha personalidade, que ora foi manifestada em apoio, ora em silêncio, perante minhas loucuras. Amo vocês!

A Carlos Osorio, pelos risos, lágrimas e muitas histórias compartilhadas entre *tintos, aromáticas y run*. Pela compreensão e paciência que teve comigo durante todo o trabalho. Agradeço a ele, a honra de poder ter feito este trabalho e pelo imenso prazer de escutar sua linda história de vida. Agradeço por sua amizade. Igualmente a suas filhas, Mônica, Lili e Andrea e seu irmão, querido, Francisco. Não poderia deixar de agradecer a pequena Victoria pela companhia sempre tão doce!

À Maria Salazar por ter sido uma segunda mãe para mim em Medellín e além disso, minha melhor amiga e companheira. *La quiero mucho*. Igualmente à Marina, Marta e Libía pelos cuidados e por terem me recebido de braços abertos.

Ao meu orientador Cláudio Bertazzo pela oportunidade de realizar o mestrado e pela liberdade de escolha.

Aos meus orientadores não oficiais, que graças à sua ajuda possibilitaram a construção desta dissertação: minha mãezinha pela discussão dos resultados, Alejandro Salazar, Lilian Grisolio, Michele Laffayet, Nina Furnari, Rafaela Barni e Sidneya Gaya.

Ao Peter Rosset pelas colaborações, apoio e até mesmo desabafos. À Clara Nicholls pela doçura, amizade, ajuda e apoio durante minha estadia na Colômbia. Ao Altieri pela colaboração com o projeto de pesquisa. Agradeço cada segundo dos seus preciosos tempos e conhecimentos compartilhados.

À Juliana Paniagua, pela colaboração com as entrevistas, com a história oral e pela amizade acima de tudo!

Ao Euriko Yogi, Henrique Elache, Jackeline Albuquerque, Joseph Sánchez, Leidy Casimiro, Luiza Araújo, Luti Candia, Manoel Baltazar, Rose Rabelo, Vanessa Tiemi e Zé Maria pelas contribuições.

À Lilliam Eugenia Gómez, por seus tantos ensinamentos acadêmicos, mas também de vida. *Eres mi inspiración, Lilliam.*

À turma do doutorado de Agroecologia da SOCLA, principalmente Ana Galvis, Andres Osorio e Dana Avila.

À Carolina Alzate por ter me dado forças em momentos tão difíceis e sempre me iluminar com seu sorriso, abraço e amizade.

A toda minha família e demais amigos pela compreensão e momentos de descontração.

Aos meus colegas e amigos da República Comuna, inclusive a vizinha e o vizinho, Manga Rosa, Refazenda e Maria Bonita.

Às secretárias queridas do PPGADR, Cláudia, Cris e Kelly.

A CAPES, pela bolsa concedida.

Às camponesas e camponeses de todo o mundo que alimentam meu corpo e minha alma de esperança.

Obrigada!

SUMÁRIO

ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMO	9
ABSTRACT	11
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	6
1.1. Políticas Agrárias colombianas: Quem semeia vento, colhe tempestade.	6
1.2. Sistemas Agroalimentares: Do global ao local	13
1.3. Sitiologia: Do homo oeconomicus ao homo situs	20
CAPÍTULO 2. METODOLOGIA DA PESQUISA	24
2.1. Área de estudo	24
2.2. Convergência de conceitos e metodologias	26
2.3. Procedimentos Metodológicos	28
2.4. Técnicas utilizadas para coleta e registro de dados	30
CAPÍTULO 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	33
3.1. Transições da vida: Memória e narrativa	33
3.2. <i>Hojarasca</i> : Um segundo lar	49
3.3. Traçando caminhos: Fatores preponderantes	60
3.4. Do respeito à honestidade: Diálogos entre produtores e consumidores	68
3.5. Ressignificação: Um olhar a partir do consumidor	80
3.6. Desafios	96
CONSIDERAÇÕES FINAIS	104
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	106
APÊNDICE A	114
APÊNDICE B	115
APÊNDICE C	122
APÊNDICE D	123

ÍNDICE DE FIGURAS

	Pag.
FIGURA 1 - REGIMES ALIMENTARES.	14
FIGURA 2 - LOCALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE CARMEN DE VIBORAL, ESTADO DE ANTIOQUIA – COLÔMBIA.	24
FIGURA 3 - PROPRIEDADE RENA-SER, MUNICÍPIO DE CARMEN DE VIBORAL – ANTIOQUIA.	25
FIGURA 4 - SITUAÇÃO DO SÍTIO RENA-SER EM RELAÇÃO À <i>HOJARASCA</i>	25
FIGURA 5 - NÍVEIS DE TRANSIÇÃO AGROECOLÓGICA.	34
FIGURA 6 – ATUAL ESPAÇO DE <i>HOJARASCA</i>	49
FIGURA 7 - CAFÉ E RESTAURANTE DE <i>HOJARASCA</i>	50
FIGURA 8 - MAPEAMENTO DOS PRODUTOS COMERCIALIZADOS EM <i>HOJARASCA</i> E SUAS ORIGENS DE PRODUÇÃO.	51
FIGURA 9: ATIVIDADES DE <i>HOJARASCA</i>	53
FIGURA 10 - GRUPO DE ESTRATÉGIAS PARA O FORTALECIMENTO DE <i>HOJARASCA</i>	70
FIGURA 11 - ATIVIDADES SINCRONIZADAS EM <i>HOJARASCA</i> : A) AULAS DE MÚSICA; B) VISITA DE UM GRUPO DE CAMPONESES; C) ATIVIDADE CULTURAL; D) COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGRÍCOLAS.	73
FIGURA 12 - DON CARLOS À ESQUERDA E SEU VALÉRIO, CLIENTE, COM SEUS 94 ANOS, DE <i>HOJARASCA</i> A DIREITA DA FOTO..	84
FIGURA 13 - CATEGORIAS POR "CAUSA" E "CONSEQUÊNCIA" DA MOTIVAÇÃO DOS CONSUMIDORES.	87
FIGURA 14 – POSSÍVEIS CONSEQUÊNCIAS DA SAÍDA DE FRANCISCO DE <i>HOJARASCA</i>	100
FIGURA 15 - PESSOAS ENVOLVIDAS EM <i>HOJARASCA</i>	123
GRÁFICO 1 – CONSUMIDORES DA LOJA <i>HOJARASCA</i> , CARMEN DE VIBORAL, COLÔMBIA, EM RELAÇÃO AO SEXO.	81
GRÁFICO 2 - MÉDIA GERAL DA IDADE DOS CONSUMIDORES DE <i>HOJARASCA</i> , CARMEN DE VIBORAL, COLÔMBIA..	83

GRÁFICO 3 - AGREGAÇÃO DE NOVOS CONSUMIDORES DE <i>HOJARASCA</i> ENTRE O ANO DE 1996 A 2013.....	84
--	----

NOVAS PERSPECTIVAS PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE PRODUTOS AGROECOLÓGICOS: UM ESTUDO DE CASO EM HOJARASCA – CARMEN DE VIBORAL, COLÔMBIA

Autor: GABRIELA FERREIRA DE SOUZA

Orientador: Prof. Dr. CLÁUDIO JOSÉ BERTAZZO

RESUMO

A sistematização da transição agroecológica e dos sistemas de comercialização de produtos agroecológicos é de extrema importância para construção do conhecimento nesta área. Esta prática de sistematização permite a obtenção de informações mais precisas para os envolvidos neste trabalho, aumentando a chance de êxito do processo como um todo. A presente dissertação buscou sistematizar uma iniciativa de comercialização de produtos agroecológicos em Carmen de Viboral, Estado de Antioquia, Colômbia, desde sua transição agroecológica e surgimento até a concretização e estabilidade desta iniciativa. Descreve-se e analisa-se, a partir da narrativa de Carlos Osorio, um agricultor reconhecido na área, os fatores que o levaram à transição agroecológica, o surgimento de um canal de comercialização e o encontro com os consumidores. Analisamos ainda seus aspectos estruturais e organizacionais atuais; distinguindo seus consumidores e as estratégias criadas neste processo para a estabilização da iniciativa. Foram utilizadas entrevistas semi-estruturadas, um questionário e o diagnóstico rural participativo. Utilizou-se o referencial teórico de Van der Ploeg (2008) e a teoria da sitiologia de Zaoual (2006). A experiência sistematizou as condicionantes que levam uma pessoa a transformar radicalmente, não apenas sua maneira como se relaciona com a terra e com a agricultura, mas, sua vida por completo. O agricultor conseguiu alcançar com êxito o fechamento de um ciclo, desde a produção até um meio de comercialização mais autônomo de seus produtos agroecológicos a partir de mecanismos de reciprocidade simétrica, construindo

e reforçando valores que a sociedade globalizada relativiza ou esquece, como a confiança, a solidariedade, a ética, o amor, honestidade e planejamento em longo prazo.

Palavras-Chave: Iniciativas locais. Mercados camponeses. Agroecologia. Transição agroecológica.

NEW PERSPECTIVES FOR THE MARKETING OF AGROECOLOGICAL PRODUCTS: A CASE STUDY IN HOJARASCA - CARMEN DE VIBORAL, COLOMBIAN

Author: GABRIELA FERREIRA DE SOUZA

Adviser: Prof. Dr. CLÁUDIO JOSÉ BERTAZZO

ABSTRACT

The systematization of an agroecological transition and the local-regional markets is extremely important to build knowledge on this area. This systematization enable people, who are involved on this work, to have more precise information, increasing the success in the whole process. The present study systematizes a marketing initiative of agroecological products in *Carmen de Viboral, Colombian, Antioquia* department, from its agroecological transition, the development, until the concretion and stability of its initiative. The methodological approach was based on a notorious local peasant's narrative, named Carlos Osorio, it was analyzed the reasons that induced him to work with agroecology, the emergence of a marketing channel, and the meeting with consumers, was take into consideration. It was also observed his present structural and organizational aspects; distinguishing its consumers and the strategies that he used to establish the initiative. It makes use of a semi-structured interview, a questionnaire and Diagnostic Rural Participative. The theoretical framework used was Van der Ploeg (2008) and the Stilogia Zaoual theory (2006). This case study shows the reasons that induced a person to change radically not only his life, but the relation he has taking care of the soil, agriculture, and also their lives. The peasant was succeed of closing a cycle, from its production until finding an autonomous commercialization channel for his agroecological products using mechanisms of symmetric reciprocity; enhancing important values, that our society relativized or even forget about, such as, confidence, solidarity, ethics, love, honesty and long-term planning.

Key-words: local initiatives, peasant markets, agroecology, agroecological transition.

INTRODUÇÃO

O acesso aos mercados é um dos maiores desafios que os camponeses e agricultores familiares enfrentam em todo o mundo. A estrutura do atual sistema agroalimentar, ou seja, o sistema que reorganiza e controla a produção, a transformação, a distribuição e o consumo, faz com que as condições de acesso a tais mercados sejam cada vez mais difíceis e excludentes. Quando os agricultores conseguem ter entrada a estes mercados convencionais, muitas vezes enfrentam condições de subordinação, onde apenas têm que se submeter a determinados acordos, dos quais nem eles e nem os consumidores participam da elaboração e da tomada de decisão.

Este processo provoca um distanciamento entre produtores e consumidores, não favorecendo uma relação entre eles. O processo de se alimentar torna-se cada vez mais impessoal para consumidores que desconhecem as peculiaridades das agriculturas, dos camponeses e da produção de seus alimentos, e também para produtores que produzem alimentos para pessoas invisíveis. Produtor e consumidor deixou de ditar suas próprias regras no que tange às suas alimentações e produções. O processo de desdemocratização dos sistemas agroalimentares é sistêmico e universal. As decisões são tomadas e praticadas sem serem socializadas, compreendidas e, portanto, aceitas socialmente. Dessa forma, é feita a rearticulação e transformação da ordem das coisas. Os mercados estão “sujeitos a novos centros de controle que exercem formas diferentes de controle extraeconômico” (VAN DER PLOEG, 2008, p. 276), ele “funciona como um controle a distância” indica Van der Ploeg (2008 p. 261). O que antes era controlado através da “mão invisível do mercado”, hoje é pelas corporações transnacionais.

Não obstante, os camponeses e agricultores familiares no mundo todo criam mecanismos para burlar tais sistemas agroalimentares corporativos, por meio de inúmeras iniciativas locais inovadoras. Deste modo, constroem sua resistência e autonomia, são sujeitos ativos de suas próprias histórias. Isso não é válido somente para produtores, os consumidores também estão envolvidos

ativamente em muitas iniciativas de mercados locais, sendo sujeitos de suas próprias escolhas e decisões.

Nesse sentido, é preciso sistematizar experiências de iniciativas locais realizadas e articuladas por camponeses, com o intuito de aprofundar a construção do conhecimento agroecológico, já que este é construído por meio de um diálogo entre o conhecimento empírico e o científico. Petersen (2006, p. 2) indica a importância da sistematização de experiências agroecológicas:

Grande diversidade de práticas sociais inovadoras vem sendo implementada nos mais distintos contextos socioambientais do planeta com base nos princípios gerais do enfoque agroecológico. Independentemente do grau de sucesso que alcançam, cada uma dessas práticas encerra um conjunto potencial de ensinamentos, tanto para as pessoas e instituições que nelas estão diretamente envolvidas, como para as que participam em iniciativas similares. Assim, cada experiência particular pode funcionar como um farol que ilumina caminhos que ainda estão por ser trilhados (PETERSEN, 2006, p. 2).

A iniciativa estudada neste trabalho é considerada um “Farol Agroecológico”, é referência nacional e internacional em Agroecologia. O camponês responsável por ela, Carlos Enrique Osório, há 20 anos vem construindo um amplo conhecimento a respeito dos desenhos agroecológicos, das interações dos agroecossistemas e na criação de seu mercado local. Em seu sítio de apenas um hectare, chamado Rena-ser, há uma forte produção de hortaliças, grãos e mais de 60 variedades de plantas medicinais e aromáticas com manejo e desenho agroecológico.

Carlos Osorio apresentou sua experiência nos Congressos Latino-americanos de Agroecologia organizados pela Sociedade Científica Latino-americana de Agroecologia – SOCLA, na Colômbia em 2007, no Brasil em 2009 e Peru em 2013, com o apoio financeiro da Via Campesina e da SOCLA. Participou de vários programas televisivos locais¹, mostrando seu sítio e sua loja de comercialização. Recebe semanalmente grupos de camponeses e

¹ Atualmente o programa *Escuela de Campo* do Canal Regional e da Secretaria de Agricultura e Desenvolvimento Rural do Estado de Antioquia, gravou dois programas com o camponês. O primeiro, <https://www.youtube.com/watch?v=Ymi1lpfMrms>, é sobre sua unidade de produção agrícola, Rena-ser e o segundo, <https://www.youtube.com/watch?v=w523BeZH1xk>, é acerca de seu sistema de comercialização *Hojarasca*.

estudantes da educação básica e universitária para visitas guiadas tanto em sua unidade de produção quanto no local onde realiza sua comercialização.

Apesar do envolvimento de Carlos Osorio com a comunidade científica e da existência de alguns trabalhos pontuais² em sua propriedade, a iniciativa nunca foi analisada consistentemente em um trabalho mais aprofundado. A relevância do trabalho consolidado em *Hojarasca* e em *Rena-ser* justifica a melhor compreensão e socialização desta experiência no âmbito acadêmico.

A princípio, o presente estudo se referia a três aspectos desta experiência: a) social e histórico; b) produtivo; e c) comercialização. No entanto, no decorrer do processo de análise dos dados, percebeu-se a amplitude do material coletado³ e a grandiosidade de conteúdos aprendidos, o que motivou a proceder com um recorte mais aprofundado do projeto inicial. Foi dado maior enfoque, então, aos aspectos da comercialização, social e histórico.

A presente dissertação teve como objetivo geral sistematizar o processo de consolidação da iniciativa de comercialização de produtos agroecológicos (*Hojarasca*), desde o processo da transição agroecológica, sua consolidação da comercialização de produtos agroecológicos e atualidade. Para tanto, como objetivos específicos se tem:

- Descrever e compreender, a partir da narrativa de Don Carlos, os fatores que o levaram a fazer a transição agroecológica, o surgimento de um novo canal de comercialização (*Hojarasca*) e o encontro com os consumidores;
- Detalhar *Hojarasca* em seus aspectos estruturais e organizacionais;
- Listar e discutir a importância dos fatores preponderantes para a concretização da experiência;
- Distinguir e discutir as estratégias criadas neste processo para a estabilização de *Hojarasca*;

² Como há um forte diálogo e troca de conhecimentos entre o camponês e o Doutorado de Agroecologia da Universidade de Antioquia e SOCLA, alguns trabalhos que os acadêmicos têm que desenvolver são realizados em *Rena-ser* e/ou em *Hojarasca*. Entre eles: SILVA, S et al. Análisis multidimensional del sistema de producción agropecuária: Finca *Rena-ser*, Departamento de Antioquia, Colombia e uma Tese em andamento com mais de 40 variedades de feijões semeados na unidade de produção em questão e outras participantes do projeto.

³ No total, foram registradas 12 horas de entrevistas, o que resultou em mais de 100 folhas transcritas fielmente.

- Reconhecer quem são os consumidores de *Hojarasca* e quais são suas motivações;

- Distinguir e analisar os principais desafios enfrentados pelo camponês e na sua iniciativa de comercialização.

Para tanto, a dissertação foi dividida em três capítulos. O primeiro é composto pela fundamentação teórica, onde se explora o contexto e os conceitos que serão tratados ao longo da dissertação com a finalidade de situar o leitor e fornecer os elementos necessários para a compreensão do trabalho. Para isso, foi imprescindível explorar alguns aspectos da política agrária colombiana, sua relação com o campesinato e a violência armada no país. Tentou-se apresentar um conceito breve a respeito da noção de *Império*, termo criado por Van der Ploeg para designar o atual regime agroalimentar e também como o campesinato juntamente com a Agroecologia formam uma resistência e alternativa viável e sustentável frente a tal Império. A *sitiologia*, teoria criada por Hassan Zaoual amplamente utilizada aqui para compreender a importância da iniciativa local estudada, foi tratada no final da revisão.

No segundo capítulo, em metodologia de pesquisa, é explorada a concepção de Agroecologia utilizada neste trabalho e como as metodologias escolhidas, história oral e a teoria dos *sítios*, convergem coerentemente com a Agroecologia. Apresentam-se também a área de estudo, os procedimentos metodológicos e as técnicas utilizadas para coleta de dados.

Por último, no terceiro capítulo são apresentados os resultados e discussão da investigação, sendo estes divididos em seis seções. A primeira se constitui na narrativa de Don Carlos sobre sua vida até a realização da transição agroecológica e do encontro com os consumidores a partir da venda direta. A segunda parte trata as características atuais da iniciativa: como está estruturada e como funciona. Na terceira, é feita uma discussão dos aspectos centrais tanto da iniciativa quanto da vida do agricultor que foram importantes para a concretização da experiência. Na quarta, são levantadas e discutidas as estratégias criadas em 17 anos de comercialização direta e local. Depois são descritas algumas características dos consumidores de *Hojarasca* e as suas

motivações para frequentar o local como clientes fieis. Por último, fez-se uma análise dos principais desafios que a iniciativa enfrenta atualmente.

CAPÍTULO 1. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1. Políticas Agrárias colombianas: Quem semeia vento, colhe tempestade.

Antes que víctima inerme, Colombia ha sido agente de su propio destino: se cosecha lo que se siembra.

Carlos Humberto Ortiz

A Colômbia vive uma guerra civil há mais de 50 anos, mas a violência no país data de muito antes, desde a chegada dos espanhóis. A história do período colonial e contemporâneo não está desvinculada, sendo a segunda uma consequência da primeira, já que a violência e a guerra no país tem como causa principal a disputa territorial, que advêm da estruturação e divisão de terras ainda do período colonial (ALZATE, 2012).

Como o objetivo aqui não é se aprofundar na questão agrária colombiana e tampouco descrever o período colonial até o atual, tentar-se-á manter o foco nas questões mais atuais, ou seja, a partir da segunda metade do século XX. O objetivo desta revisão é fazer com que o leitor entenda: a) como a guerra civil na Colômbia é uma guerra por disputa territorial; b) como o governo colombiano, ao longo de todos esses anos, tem projetado um país violento e desigual, e com políticas anti-camponato⁴; c) a atual situação de insegurança alimentar que o país enfrenta; e por último d) os atores envolvidos nesta disputa territorial.

Neste sentido, apresenta-se um trecho do livro *“Política agraria y postración del campesinado en Colombia”* de Arco Ricardo Jiménez Solano, onde sucinta e claramente ele contextualiza os aspectos que serão aqui descritos:

⁴ Solano (2012, p. 28) apesar de não citar claramente tal termo, afirma que as frágeis políticas de desenvolvimento rural da década de 2000, não se orientavam para evitar o paulatino empobrecimento, aumento da erradicação camponesa, a liquidação de suas economias, a insegurança alimentar e a anulação da diversidade agrícola. Em síntese, significavam um retrocesso para o projeto de vida camponês e da democratização do bem-estar rural.

A luta pela propriedade da terra rural intimamente relacionada com a iniquidade e a pobreza⁵ tem sido a detonante de violentos conflitos no campo; a usurpação de terras camponesas ainda hoje é uma das mobilizações de ação paramilitar e do conflito armado no país. É bem sabido que as guerrilhas comunistas surgem no campo como uma expressão armada da resistência e dos camponeses pobres pelo direito a terra. A violência rural centrada na terra tem uma dupla perspectiva: por um lado, a pobreza camponesa e a sua necessidade de terra tem sido um fator constante na emergência de conflitos em um país onde a propriedade da terra se encontra intensamente concentrada; por outro lado, a ambição por ampliar as propriedades dos latifundiários tem sido outro estímulo para a usurpação de terras camponesas e geração de violência e deslocamento (SOLANO, 2012, p 60).

A década de 90 é marcada por grandes “transformações em todas as esferas da sociedade colombiana” (SOLANO, 2012, p. 245). As políticas macroeconômicas orientadas por Instituições Financeiras Multilaterais, como Banco Mundial – BM, Organização Mundial do Comércio - OMC e o Fundo Monetário Internacional – FMI começaram a entrar no país fortemente. Nesse contexto, surge a chamada Crise Semipermanente da Agricultura, com três causas principais: as próprias políticas macroeconômicas, as condições climáticas causadas pelo *El Niño* e a disputa e concentração de terra⁶ (FAJARDO, 2002).

A agricultura colombiana, que visava principalmente a produção nacional, foi caminhando para o desabastecimento impulsionado pelo governo, que resolveu o problema aumentando as importações de alimentos da cesta básica⁷. Tal desabastecimento tem também sua origem em uma reforma agrária de mercado, juntamente com a produção de biocombustíveis, a qual

⁵ Nos últimos 50 anos o nível da pobreza em áreas rurais colombianas sempre esteve superior a 60% de tal população (SOLANO, 2012, p. 89).

⁶ A questão da posse da terra no país é extremamente delicada, posto que dentro do contexto latino-americano, é o país com menor quantidade de solo arável. O uso inadequado dos solos também é um dos grandes causadores da iniquidade social e disputa territorial, como por exemplo o caso da pecuária (FAJARDO, 2002).

⁷ “Os produtores de café, batata, frutas, leite, arroz e hortaliças são os mais afetados. Trata-se de produtos essenciais na cesta básica colombiana, o que implica que há cada vez maior dependência do comércio exterior para garantir a provisão de comida no país. O governo se centra na segurança alimentar baseada na importação de alimentos básicos e a suposta garantia de acesso a tais alimentos. Enquanto as organizações e movimentos sociais do campo defendem a ideia de Soberania Alimentar, para o qual o controle territorial por parte das comunidades é uma condição necessária” (FORERO; URREA, 2013, p.6).

apresenta baixa competitividade internacional e afeta negativamente⁸ amplos segmentos do país (FAJARDO, 2011).

No início da década, o PIB do setor agropecuário havia caído abruptamente, o cenário era de diminuição da área agrícola cultivada, aumento das importações e corte das exportações (SOLANO, 2012). Segundo o mesmo autor, em apenas um ano a superfície plantada diminuiu 436.000 hectares em cultivos perenes.

No ano de 1999, a Colômbia sofreu a maior crise econômica de sua história, o crescimento do desemprego e da pobreza cresceu sem precedentes, “alcançando um panorama de pobreza rural desolador” (SOLANO, 2012, p. 259). O milênio se iniciou com 82,6% da população rural em situação de pobreza e destes 43,4% em condições de indigência. Com a penetração da OMC e a abertura econômica, no período de 1990 a 2000, os cultivos anuais caíram e as importações de alimentos aumentaram oito vezes (SOLANO, 2012).

O panorama de 2000 a 2010⁹, não melhorou para a agricultura. Dentre as atividades econômicas do país, ela obteve um dos mais baixos desempenhos (SOLANO, 2012). Para entender a condição de concentração de terra que o país já experimentava nesta década, citam-se aqui as palavras de Solano (2012, p. 97):

A maior proporção dos proprietários **(58,35%)** e de terrenos **(60,09%)** corresponde a uma estrutura de **minifúndios menores que 13 hectares**. Estes proprietários **dispõem de 1,7% do território** registrado em cartório, o que significa que mais da metade dos proprietários camponeses em conjunto possuem menos de dois centésimos da parte do território. Em outro extremo, o **0,06% dos proprietários públicos e privados (2.420 pessoas e entidades) são donas de 53,1% da terra registrada** (44 milhões de hectares) (SOLANO, 2012, p. 97). (grifo nosso)

⁸ Solano (2012) indica que há vínculos entre paramilitares e investidores estrangeiros na produção de agrocombustíveis.

⁹ Em 2006, sessenta e oito por cento da população infantil colombiana era pobre e 27% indigente; a situação ainda piora nas zonas rurais onde eram em 80% e 37%, respectivamente (SOLANO, 2012, p.74). Outro dado alarmante da mesma época diz que os 10% mais pobres da Colômbia recebiam em média 155 dólares anuais, praticamente o mesmo que recebiam os habitantes de Serra Leoa que ocupava o posto 177 entre 177 países incluídos no cálculo do IDH (URIBE, apud SOLANO, 2012, p. 74).

Somando-se a isto, inclui-se o uso inadequado do solo¹⁰, principalmente pela pecuária extensiva¹¹, juntamente com a disputa territorial entre pecuaristas e narcotraficantes, altos gastos públicos com pagamentos da dívida externa e altos gastos no setor militar. A expropriação, o deslocamento forçado¹² e induzido de famílias rurais, a baixa geração de empregos, corrupção e descaso por parte das instituições envolvidas no setor agropecuário, fazia da Colômbia um caldeirão em erupção (SOLANO, 2012). Forero e Urrea (2013, p. 6) caracterizam as ações do governo colombiano de “política da desagrarização”, por abrirem as portas para o capital estrangeiro. Tal política colaborou ainda mais para a devastação dos camponeses, aumentando a pressão em seus territórios, agravando ainda mais o cenário de mal-estar. A “violação sistemática dos direitos humanos e precarização das condições de vida da população” foram consequências dessas políticas (FORERO; URREA, 2013, p. 6).

A guerra civil na Colômbia tem como principais agentes a guerrilha, especialmente as Forças Armadas Revolucionárias de Colômbia (FARC) e o Exercito de Libertação Nacional (ELN), os paramilitares¹³ e o governo colombiano.

A história da guerrilha iniciou-se em 1948, quando houve o assassinato do líder liberal Jorge Eliécer Gaitán em Bogotá, acontecimento denominado de *Bogotazo*. O assassinato derivou da rivalidade bipartidária entre liberais e conservadores e causou uma grande revolta, período chamado *La Violencia*. Neste contexto, surgiram os primeiros guerrilheiros que futuramente originaram as FARC e o ELN. O período de *La Violencia* acentuou a concentração de terra no país, deslocando milhares de atores rurais e formando uma grande reserva

¹⁰ Para exemplificar tal uso inadequado, a pecuária se estende em todo território apto para tal uso e ainda invade 20,8 milhões de hectares não propícios a atividade (SOLANO, 2012, p. 100).

¹¹ A pecuária extensiva é aquela desenvolvida a céu aberto, com poucos animais por hectare, usando grandes extensões de terras. Os animais se alimentam de pasto nativo e é pouco intenso em mão-de-obra (SOLANO, 2012).

¹² Estima-se que na “violência armada colombiana entre exército do Estado, guerrilha e os paramilitares, somente nos últimos 15 anos tem sido deslocados 3.83 milhões de pessoas de seus locais de vida [...] a maioria deles, camponeses” (SOLANO, 2012, p. 81).

¹³ Antigamente agrupados em Autodefesas Unidas de Colômbia – AUC.

de mão de obra, tanto para cidades quando para cultivos ilícitos (MACHADO, 2009).

As FARC começaram a se financiar a partir de contribuições voluntárias ou até mesmo forçadas e contavam também com a ajuda dos países do bloco soviético. Entretanto, com o passar dos anos, o narcotráfico se transformou em seu maior financiador e atividade (MAYORCA, 2009). Já o ELN surgiu em 1964 com a participação de camponeses e estudantes, durante a Primeira Marcha Guerrilheira de Magdalena. Ainda não se sabe em qual contexto o narcotráfico passou a ser seu maior financiador (MAYORCA, 2009).

Atualmente, o presidente Manuel Santos, reeleito em junho deste ano, está realizando um acordo de paz em Havana com as FARC e afirmou em seu período pré-eleitoral que vai incluir o ELN também nas negociações de paz (UOL, 2014).

Em resposta ao fortalecimento dos grupos guerrilheiros, na década de 90 houve o maior aparecimento dos grupos paramilitares na Colômbia. O surgimento dos paramilitares acentuou ainda mais a violência no país. Solano (2012, p. 127) conta que tal fato foi iniciado quando:

Grupos de pecuaristas e empresários ameaçados ou extorquidos se associaram (com o consentimento do Estado e com seu apoio direto) para formar grupos de civis armados que teriam por missão encher os vazios de segurança deixados pela força pública. Estes grupos foram infiltrados e controlados rapidamente por narcotraficantes, passando da luta anti-guerrilheira, a luta pelo domínio de áreas dedicadas a produção de drogas e das rotas para exportação. Plantaram terror em quase toda a geografia nacional¹⁴ e extraviavam terras mediante ameaças e violência, desencadeando uma grave crise humanitária causada pelos deslocamentos forçados de camponeses (SOLANO, 2012, p. 127).

Os grupos paramilitares podem ser divididos em dois: o regular e o corporativo, sendo este o caso colombiano. Os paramilitares regulares são totalmente organizados e controlados pelo Estado. Porém, no corporativo, existe a associação entre Estado e setor privado nacional e transnacional. Assim, *empresários*, *pecuaristas*, *latifundiários*, *líderes políticos*,

¹⁴ No ano de 2000 estima-se que os grupos paramilitares estavam infiltrados em 40% do território colombiano (SEMANA, 2001).

narcotraficantes e multinacionais criam um exército sem lei para extorquir e dominar territórios inteiros, deslocando milhares de colombianos (SOLANO, 2012).

Os paramilitares não estão “sujeitos a lei e a nenhuma norma de direito [e fazem] o trabalho sujo da guerra” (SOLANO, 2012, p. 126). Carlos Castaño, um dos maiores líderes paramilitares na Colômbia e que antigamente pertencia às Autodefesas Unidas da Colômbia (AUC)¹⁵, assegurou que 70% do financiamento da AUC vinha das drogas (ALZATE, 2012, p. 38).

As estratégias de guerra utilizadas pelos paramilitares são consideradas como crimes de guerra e de lesa humanidade (HUMANAS, 2013). As estratégias ou crimes mais cometidos foram: massacres de civis em povoações rurais, homicídios coletivos, (ALZATE, 2012, p. 39), estupros, abuso sexual, escravidão sexual, imposição de abortos, “casamentos” forçados (HUMANAS, 2013), mutilação, tortura, desaparecimentos, deslocamentos forçados e expropriação territorial (SOLANO, 2012, p. 129). Utilizou-se o terrorismo para controle e dominação territorial.

O ex-presidente Álvaro Uribe¹⁶, mediante sua política de “Segurança Democrática” em 2004, iniciou um processo de desmobilização das unidades constitutivas da AUC (MAYORCA, 2009). A desmobilização acarretou na extradição de chefes paramilitares aos Estados Unidos, os demais se articularam formando os BACRIM - Bandas Criminais Emergentes.

Os grupos paramilitares tinham a contrarreforma agrária¹⁷ como principal objetivo. Expulsaram “os camponeses de suas terras, de seus lares e

¹⁵ As Autodefesas Unidas de Colômbia foram criadas em abril de 1997 e se constituiu como o principal grupo paramilitar do país.

¹⁶ Solano (2012) fala do envolvimento de tais grupos paramilitares com o Estado, onde os grupos: “aspiravam dominar o país política e militarmente, e para isso calaram as instituições mais importantes do Estado em todas as esferas e na maior parte do território. Submeteram seus funcionários e altos representantes políticos, a quem os ajudavam a financiar, ao mesmo tempo em que, pressionavam as comunidades locais para que votassem por eles, chegando a controlar mais de 30% do congresso nacional. O descobrimento destes fatos constitui a medula do processo jurídico mais relevante do país nos últimos anos, que conduziu a prisão inúmeras personalidades do mais alto rango, incluindo pessoas muito próximas ao ex-presidente Álvaro Uribe, quem desempenhou uma importante influência na origem e primeiro desenvolvimento destes grupos civis armados” (SOLANO, 2012, p. 131).

¹⁷ O autor diz que os grupos tinham quatro objetivos estratégicos, que era: acabar com a guerrilha, proteger o narcotráfico, controle político dos territórios, e surgir como elite econômica latifundiária (SOLANO, 2012, p. 130).

territórios, roubaram lotes, pressionaram as compras de terras a baixo preço” (SOLANO, 2012, p. 130). Os deslocamentos forçados aumentaram significativamente a concentração da terra no país e foi dessa forma que as melhores terras colombianas ficaram nas mãos de narcotraficantes (SOLANO, 2012).

1.1.1. Paralisação Agrária – *El Paro Agrario*

Diante do exposto, em 19 de agosto de 2013, a Mesa Nacional Agropecuária e Popular de Interlocução e Acordo (MIA) convocou uma Paralisação Nacional Agrária – *El Paro Agrario*, que graças ao apoio dos demais setores, tomou um caráter de mobilização popular, com estudantes e trabalhadores da saúde, da educação, transportadores, organizações indígenas e afrodescendentes, pequena mineraria, dentre outros (FORERO; URREA, 2013; QUINTERO, 2013). Para Quintero (2013), o envolvimento e apoio da população civil no *Paro agrario* demonstra um novo momento no contexto colombiano no que diz respeito às mobilizações sociais, onde a sociedade tem percebido a importância do campesinato, ao contrário do governo.

A paralisação foi um reflexo direto do caos e crise estrutural instaurado há anos no país, acentuado com os Tratados de Livre Comércio (TLC) impulsionados tanto pelo governo de Álvaro Uribe como também pelo atual governo de Manuel Santos (FORERO; URREA, 2013). As principais reivindicações do *Paro* foram medidas protecionistas para a produção interna, subsídios, controle dos preços e garantias legais e democráticas para o acesso e uso da terra (FORERO; URREA, 2013).

O descaso do governo colombiano em relação à agricultura familiar camponesa chegou ao ponto em que se criou um decreto¹⁸ imposto pelos TLCs proibindo os camponeses de utilizarem suas próprias sementes de colheitas anteriores, bem como trocá-las, com pena de prisão. Desta forma, uma prática

¹⁸ Porém, devido a grande pressão popular nacional e internacional, o decreto foi suspenso (FORERO; URREA, 2013). Para saber mais assistir documentário “9.70”.

camponesa milenar passou a ser vista como criminosa (FORERO; URREA, 2013).

O *Paro agrario* de 2013 terminou mediante acordo com o governo. Porém, diante do descumprimento do mesmo, iniciou-se ainda este ano de 2014, um novo *Paro agrário*, o qual resultou em novos acordos.

1.2. Sistemas Agroalimentares: Do global ao local

*Se cada dia cai, dentro de cada noite,
há um poço onde a claridade está presa.
Há que sentar-se na beira do poço da sombra e
pescar luz caída com paciência.*

Pablo Neruda

Harriet Friedmann (2005) apud Muñoz (2010, p. 48) afirma “que o ordenamento econômico mundial da economia agroalimentar transitou do século XIX ao XXI, desde um regime alimentar colonial até um regime alimentar corporativo”. Tais regimes (ver Figura 1) foram primeiro o Regime Alimentar Colonial (1870-1939), seguido do Regime Alimentar Mercantil e industrial (1945 - 1990) e por último, foco desta revisão, o atual - Regime Alimentar Imperial (1990-) (VAN DER PLOEG, 2008).

Van der Ploeg chama este último sistema apenas de *Império*. Explicar o que ele consiste e como ele funciona não é tarefa fácil, porque ainda não existe uma definição pontual e sintética que dê conta de explicar a sua dimensão e complexidade. Até porque ainda não foram estudadas todas as suas expressões, funcionamento, origens, etc. para se ter um pleno entendimento de o que é o Império (VAN DER PLOEG, 2008). Porém, se pode afirmar que, de acordo com Van der Ploeg (2008, p. 256):

Ele não tem uma única origem. [...] Em parte ele tem origem nas grandes corporações multinacionais e em suas redes de transporte, comunicação, montagem e controle, [...] e na possibilidade de transferir enormes quantias de capital de uma parte do globo para outra em poucos segundos. Mas o Império também reside nos aparelhos estatais e nos vários acordos supranacionais (VAN DER PLOEG, 2008, p. 256).

A apropriação, o reordenamento e o controle dos campos naturais, sociais e econômicos são suas formas de governança, onde ele “não possui nem recursos nem infraestrutura própria [funciona a partir do] ordenamento coercivo dos fluxos globais” (VAN DER PLOEG, 2008, p. 269).

Figura 1 - Regimes alimentares.

Regime	Período	Característica
Colonial	1870 - 1939	Princípio de livre comércio. Fluxo comercial orientado pela hegemonia da Espanha e depois Grã Bretanha, com intercambio global de produtos tropicais oriundos das colônias para bens elaborados nos países europeus (MUÑOZ, 2010).
Mercantil ou Industrial	1945 - 1990	Princípio de regulação. Propagação de pacotes tecnológicos da Revolução Verde. Industrialização da agricultura e reconfiguração das dietas alimentares segundo delineamento ocidental (FRIEDMANN apud MUÑOZ, 2010).
Imperial ou Corporativo	1990 -	Incorpora o livre comércio com a regulação. Os mercados alimentares são globalizados e alinhados com processos globais de acumulação, e são abertos novos espaços para grandes corporações que funcionam como redes coercivas dentro de cada um desses espaços (FRIEDMANN apud VAN DER PLOEG, 2008, p. 280). Este regime aprofundou a apropriação e remoção dos componentes da produção agrícola do controle dos agricultores, afundando a intervenção corporativa nos processos naturais (MUÑOZ, 2010).

Fonte: Adaptado de Muñoz (2010) e Van der Ploeg (2008).

Para entender melhor tal estrutura coerciva e centralizada que é o Império, podem-se tomar como base os estudos de um grupo de investigadores da Universidade de Zuric que analisou a conexão de 43.060 corporações do mundo. Eles concluíram que as corporações formam uma rede, uma teia de relações de propriedade, onde há um núcleo, um centro, onde 147 corporações, quase todas agentes financeiras e minero-extrativistas têm quase que total controle sobre si mesmo. Toda e qualquer relação entre essa rede acaba convergindo para o núcleo, o qual os autores chamam de

“superentidade”. Tal estrutura afeta o mercado mundial e a estabilidade financeira (VITALI; GLATTFELDER; BATTISTON, 2011).

O sistema agroalimentar é controlado e ordenado por corporações transnacionais, resguardadas pelos Estados, desde a produção, processamento e distribuição até o consumo de alimentos (VAN DER PLOEG, 2008). Algumas companhias transnacionais, como Dupont, Monsanto, Syngenta, Cargill, Bayer, Basf, processadoras de alimentos como Nestlé, Unilever e Kraft e outras do setor varejista, como Wal-Mart e Carrefour (ETC GROUP, 2009), são responsáveis por um modelo de desenvolvimento que vai além do rural e afeta camponeses e consumidores, independente do país (MUÑOZ, 2010). Van der Ploeg (2008, p. 279) afirma que tal “Império é uma estrutura composta por esquemas reguladores de natureza política e econômica que são impostos a sociedade e a natureza”.

A “superentidade” cria um grau de vulnerabilidade e instabilidade financeira muito grande (VITALI; GLATTFELDER; BATTISTON, 2011). Em 2008 ocorreu a crise mundial dos alimentos, com o aumento¹⁹ abrupto dos preços dos alimentos. Contraditoriamente, os maiores índices de fome vieram de mãos dadas com o maior aumento da produção de grãos e conseqüentemente, com os maiores faturamentos das transnacionais alimentares²⁰. A causa principal de tal contradição foi a especulação financeira de matérias primas para alimentação animal, produção de biocombustíveis e a conjuntura climática com suas jogadas de mercado (HOLT-GIMÉNEZ, s.d; MUÑOZ, 2010).

Diante deste contexto, a ascensão do sistema alimentar corporativo trouxe inevitavelmente uma crise alimentar estrutural (DELGADO, 2010), que tem como consequência um bilhão de pessoas subnutridas e contraditoriamente, um bilhão de pessoas obesas e aumento dos riscos de doenças relacionados à obesidade (ORDÓÑEZ, 2010).

¹⁹ Um informe da FAO afirma que em apenas nove meses os alimentos subiram 45% e em 2008 o Banco Mundial informou que nos últimos três anos os alimentos sofreram um aumento de 83% (HOLT-GIMÉNEZ, sem data).

²⁰ “No último trimestre de 2007 quando a crise alimentar mundial surgia, os lucros de Archer Daniels Midland aumentaram 42%, Monsanto 45% e da Cargill 86%. A subsidiária da Cargill, Fertilizantes Mosaic conseguiu o aumento de seus lucros em 1,200%” (HOLT-GIMÉNEZ, s.d).

A relação de causa e consequência da crise alimentar mundial promove um círculo vicioso, no qual inúmeros atores creem ou estrategicamente fazem crer que tais problemas descritos têm como causa a escassez de produção, quando já se sabe que na verdade estes problemas têm como causa a produção de biocombustíveis, comoditização e especulação financeira com os alimentos e produção animais que interferem no acesso e na distribuição dos alimentos (DELGADO, 2010). Dessa forma, estes atores apostam ainda mais na industrialização da agricultura, na biotecnologia e nos modelos de desenvolvimento transposto com a finalidade de aumentar ainda mais a produção, negando a real causa da crise (DELGADO, 2010).

A junção da Revolução Verde com as políticas neoliberais da OMC, BM e FMI e o reordenamento dos sistemas agroalimentares pelo poder corporativo, tem provocado a destruição do campesinato (HOLT-GIMÉNEZ, sem data). A produção interna passou a ser alvo das agroexportações, dos mercados de *commodities*, da produção de biocombustíveis e da especulação financeira (ALTIERI; TOLEDO, 2011; ROSSET, 2008). Já a segurança alimentar passou a ser apenas uma relação de mercado, onde nações importam seus alimentos básicos, dependendo assim de transações mercantis para o seu auto abastecimento, não importando a origem nem o acesso a tais alimentos. As importações chegam nesses países a preços mais baixos que os nacionais, quebrando e inviabilizando a economia dos pequenos e médios agricultores (DELGADO, 2010; ROSSET, 2009).

Os impactos negativos do atual sistema agroalimentar não são apenas no campo econômico, mas também no ecológico, social e cultural. (VAN DER PLOEG, 2008). Os impactos ecológicos vão desde a degradação do solo na agricultura convencional (salinização, alagamento, compactação, contaminação, perda da qualidade de sua estrutura, perda de sua fertilidade e erosão), perda e uso exagerado da água, poluição ambiental causada pelo uso de agrotóxicos, fertilizantes e sais até a perda e contaminação da diversidade genética (GLIESSMAN, 2009). O desenho desta agricultura a faz cada vez mais dependente de insumos externos a partir do momento em que vai degradando os recursos naturais produtivos (GLIESSMAN, 2009).

As atividades humanas frequentemente impactam de forma negativa o meio ambiente, muitas vezes extrapolando limites planetários. Segundo Rockström et al. (2009), três fatores que já ultrapassaram drasticamente estes limites de funcionamento seguro e que inclusive podem inviabilizar a existência humana são as mudanças climáticas, a interferência no ciclo do nitrogênio e a perda da biodiversidade. Estes fatores estão diretamente envolvidos com o modelo agroindustrial e sua dependência de petróleo.

No campo social e cultural, tal modelo imperialista trouxe iniquidade, exclusão, dependência de “ajuda” externa, perda de autonomia dos povos, insegurança alimentar e erosão cultural. Os camponeses têm sido extorquidos sistematicamente de suas terras. Suas sementes, água e conhecimento têm sido roubados. A inacessibilidade a tais recursos em que se apoia a agricultura e a vida camponesa os leva a condições de marginalidade, miséria e exclusão (ALTIERI, 2009; ALTIERI; TOLEDO, 2011; VAN DER PLOEG, 2008; ROSSET, 1997, 2008).

Apesar de todas essas circunstâncias que inviabilizam o campesinato e a visão dos teóricos marxistas que anunciavam o seu fim (ABRAMOVAY, 2007), o fato de ele ainda existir mostra sua resistência, dinamismo, caráter inovador e resiliência social. Somente na América Latina, estima-se que há aproximadamente 16 milhões de unidades de produção camponesas, quase dois terços de toda sua população rural (ALTIERI; NICHOLLS, 2008).

As unidades de produção camponesas podem ser mais biodiversas e resilientes social e ecologicamente (NICHOLLS, 2013). Além disso, são mais produtivas e usam a terra de forma mais eficiente, sendo responsáveis por um maior desenvolvimento rural comunitário e produção de serviços ecossistêmicos (ROSSET, 1999). Os camponeses alimentam pelo menos 70% da população mundial, em contra partida, a cadeia agroalimentar industrial abastece apenas 30% da população (ETC GROUP, 2009).

Talvez a máxima expressão de resistência do campesinato, seja o surgimento da Via Campesina, um movimento social criado na década de 90, que propôs, mesmo com a aparente divergência entre os camponeses do mundo, a união em uma luta única contra as políticas neoliberais e a busca da

soberania alimentar (NIEMEYER, 2017). A Via Campesina atualmente é o maior movimento social global, com aproximadamente 200 milhões de representantes em 70 países da Ásia, África, América e Europa e engloba 150 organizações locais e nacionais (NAVARRO; DESMARAIS, 2009).

A Via Campesina entende a Agroecologia como forma complementar e inseparável da soberania alimentar²¹, pois é uma ferramenta chave para a recuperação de seus territórios, culturas, dignidade, recursos naturais, autonomia de mercados, direitos em relação às sementes e a reprodução do modo de ser camponês (ROSSET, 2013; VIA CAMPESINA, 2013).

O relator especial das Nações Unidas sobre o direito à alimentação, Oliver de Schutter, em seu relatório final publicado em março de 2014 intitulado *“The transformative potential of the right to food”*, afirma que é preciso inverter a lógica do atual sistema agroalimentar para se alcançar a equidade e a justiça social. Ele aponta a Agroecologia como ferramenta para assegurar modos de produção agrícolas sustentáveis e garantir a segurança alimentar no futuro, um componente essencial do direito à alimentação (SCHUTTER, 2014).

Voltar-se para a Agroecologia e para o campesinato, implica perspectivas mais sustentáveis, equitativas, justas e eficientes para enfrentar os problemas atuais (VAN DER PLOEG, 2008; ROSSET, 1999). Nesta perspectiva Van der Ploeg (2008) explora que com a crise que se enfrenta com o sistema agroalimentar global, o campesinato tem buscado uma “multiplicidade de respostas” frente a esse contexto repressor e hostil para fazer resistência e lutar por sua autonomia. Eles têm procurado construir ativamente novas ligações através da venda direta, mercados de agricultores, criação de novos canais agroalimentares alternativos e esquemas públicos de abastecimento. Estes novos canais buscam reconectar produtores e consumidores através de novas relações não mercantis.

²¹ Após a cooptação e redefinição do termo “segurança alimentar” pelo neoliberalismo, a Via Campesina trouxe o conceito de Soberania Alimentar que significa “o direito dos povos a alimentos saudáveis e culturalmente apropriados, produzidos através de métodos ecologicamente racionais e sustentáveis, e seus direitos de definir seu próprio sistema agroalimentar” (VIA CAMPESINA apud ROSSET, 2012, p. 4). O autor explica que a soberania alimentar é um conceito que deveria ter sentido para os agricultores e para os consumidores, tanto nos países do Norte como nos do Sul. Todos enfrentam uma crise rural e a falta de alimentos acessíveis, nutritivos e produzidos localmente (ROSSET, 2004).

Neste sentido, observa-se um amplo debate e reação das redes agroalimentares alternativas (*Alternative Agrofood Networks*) em diferentes esferas – científica, aplicada e dos movimentos sociais. A sociedade científica tem ampliado o debate acadêmico a respeito dos aspectos que envolvem tais alternativas, por exemplo, a discussão conceitual do *quality ‘turn’* (CHAMBERS et al., 2007; GILG; BATTERSHILL, 1998; GOODMAN, 2003; ILBERY; KNEAFSEY, 2000; VERHAEGEN; HUYLENBROECK, 2001), *Embeddedness* (WINTER, 2003), *nested markets* (VAN DER PLOEG, 2011), e também dos circuitos curtos de comercialização e venda direta (AUBRY; CHIFFOLEAU, 2009; CUÉLLAR; VARA, 2011; GILG; BATTERSHILL, 2000; LÓPEZ, 2011; VERHAEGEN; HUYLENBROECK, 2001). Há também uma linha de investigação que faz uma reflexão política do “*localismo*” (ALLEN, 1999; GOODMAN, 2003; DUPUIS; GOODMAN, 2005).

No campo aplicado, as ações vão desde práticas locais de agricultura urbana e periurbana, práticas agroecológicas, bem como ecovilas, experiências em permacultura, redes de consumidores etc.

No campo dos movimentos sociais, temos como exemplo a Via Campesina, que luta pela soberania alimentar, que tem avançado muito devido à dimensão global do movimento, e à efetividade de seus métodos. Há inúmeros movimentos alimentares espalhados no mundo e que variam entre mais politizados e menos politizados, de abrangência mais global a outros mais locais, alguns mais elitistas outros buscando a democratização e a equidade nos sistemas agroalimentares. É nessa perspectiva que em 2013 o livro “*Movimentos alimentares uni-vos! Estratégias para transformar nossos sistemas alimentares*” foi publicado. Eric Holt-Gimenez, editor do livro, juntou artigos de inúmeros movimentos alimentares com o intuito de unir forças e opiniões sobre o que fazer para fortalecer tais movimentos.

Altieri e Toledo (2011, p. 6) entendem tais conjuntos de ações como uma:

Tripla dimensão da revolução agroecológica, ou seja, a cognitiva, a tecnológica e a social, que tem permitido o surgimento de novos modos de comunicação entre o ativismo e a ciência, um processo que, segundo Martinez-Alier (2011), tem chegado a proporções globais, posto que a Agroecologia se tem incorporado na visão da Via

Campesina, hoje em dia o mais importante movimento agrário em escala internacional.

Em relação à Revolução Agroecológica expressa por Altieri e Toledo (2011), a América Latina conta com cinco polos de inovação agroecológica que seriam Brasil, Cuba, México, América Central com o Movimento Campesino a Campesino e por último, a Região Andina, representada pelos países Peru, Bolívia e Equador. Há também a Sociedade Latino-americana de Agroecologia (SOCLA) e o Movimento Agroecológico Latino-americano (MAELA), que promovem ações, debates e conhecimento neste campo.

1.3. Sitiologia: Do homo oeconomicus ao homo situs

Hassan Zaoual²² desenvolveu a partir de seus estudos a teoria da sitiologia, aprofundada no livro “Novas Economias das Iniciativas Locais”. Nessa revisão, serão tratados alguns conceitos-chave da teoria dos sítios, como por exemplo, os sítios simbólicos de pertencimento, *homo situs* e a racionalidade situada. Todos são utilizados no campo teórico desta dissertação para explicar e auxiliar na compreensão dos fenômenos aqui estudados, como a transição agroecológica, as transformações que os sujeitos fazem em suas vidas, a inovação das iniciativas locais e sua importância. O autor indica a diversidade e riqueza das iniciativas locais e das experiências informais e critica o modelo de desenvolvimento transposto, bem como a limitação da ciência convencional para compreender tais fenômenos e iniciativas.

1.3.1. Os sítios simbólicos de pertencimento

Para o autor, o sítio é uma “estrutura imaginária de coordenação econômica e social” (ZAOUAL, 2006, p. 18), uma “entidade imaterial que impregna o conjunto dos comportamentos e das materialidades visíveis do local” (p.88) e de suas próprias *crenças compartilhadas*, ou seja, as pessoas

²² Hassan Zaoual (1950 – 2011) é de origem marroquina e foi Doutor em Economia pela Universidade Lille, França, professor de economia da Université du Littoral Côte D’Opale, diretor do Grupo de Pesquisa sobre Economias Locais.

que fazem parte dos mesmos sítios simbólicos de pertencimentos compartilham um “espaço cognitivo em comum” (p.74).

No entanto, o autor adverte que, apesar das “regras da sociabilidade” e “compromissos comunitários” dos quais o sujeito compartilha com os demais em seu sítio de pertencimento (ZAOUAL, 2006, p.9) e que assim poderia se afirmar que os comportamentos e decisões estão de certa forma pré-estabelecidas e/ou direcionadas a estas regras e compromissos, o sujeito é:

Específico, devido as peculiaridades de seu próprio percurso. Cada pessoa possui um tipo de patrimônio de percurso que desempenha um papel em suas decisões presentes e futuras. Aliás, isso é o que evidencia o caráter não determinista do sítio sobre os comportamentos individuais (ZAOUAL, 2006, p. 52).

Neste sentido, além dos sítios conterem “os *mitos, os valores, as crenças, regras e convenções*” que seriam as representações simbólicas e sociais (ZAOUAL, 2006, p. 86), ele inclui também as experiências que cada pessoa tem em sua vida e que a torna única e indeterminada, como por exemplo, seu “passado, futuros perdidos, experiências acumuladas” (ZAOUAL, 2006, p.9).

O sítio, apesar da complexidade em defini-lo em poucas palavras, ele se “adequa a múltiplas entidades espaciais e organizações”, devido a sua flexibilidade (ZAOUAL, 2006, p.70). Ele é “memória e ação” (ZAOUAL, 2006, p.9):

Ele contém uma caixa preta que o torna espaço cognitivo de pertencimento. As crenças e os mitos dão sentido e direção aos aderentes do sítio. O sítio supõe também cumplicidade e proximidade. Ele é singular, mas também plural, devido a sua abertura ao meio circundante, então, à mudança. Ele está fechado e aberto (ZAOUAL, 2006, p. 88).

O autor argumenta que todas as pessoas carregam consigo seu sítio de pertencimento, mesmo que inconscientemente (p.28). Existe uma necessidade intrínseca as pessoas de crer, pertencer a algo e ser integrado em uma sociedade, porém, caso o sujeito não encontre mais em seu sítio tais conteúdos simbólicos, ele provavelmente vai procurá-los em outros lugares

(ZAOUAL, 2006). “O homem só se sente bem onde encontra seu lugar, seu sítio” (ZAOUAL, 2006, p.9).

1.3.2. O *homo situs*

O *homo situs* “é o homem da situação”, ele é o ser “concreto”, ao mesmo tempo multipluralista e singular (ZAOUAL, 2006, p.31). Ele não é reducionista ou previsível como o *homo oeconomicus*, que o capitalismo criou à sua cara e semelhança e fez com que acreditassem ser o único e aceitável indivíduo, e que seu comportamento é “aparentemente racional, egoísta e calculista” (ZAOUAL, 2006, p.50). Tampouco como o *homo sociologicus*, que está preso nas “normas sociais estáticas, sem grandes especificidades individuais” (ZAOUAL, 2010, p. 26). Assim, o *homo situs* reencaixa o *homo oeconomicus* (que está alheio ao seu meio e concebe a vida somente a partir dos seus valores mercantilistas) e liberta o *homo sociologicus* (que está preso a ele) (ZAOUAL, 2006).

1.3.3. Racionalidade situada

O *homo situs* tem uma racionalidade própria que é “construída in situ” (ZAOUAL, 2006, p. 50). Tal racionalidade integra e leva em consideração todos aqueles aspectos do campo imaterial dos *sítios* de pertencimento que já foram citados acima. O autor explica que ser racional dentro deste contexto, consiste:

Em usar adequadamente os costumes do sítio dentro dos limites possíveis. Isso coloca, frequentemente, o ator em uma situação de dilemas por causa dos múltiplos imperativos aos quais ele deve responder. Em situações, trata-se de agir de modo razoável, combinando objetivos que podem ser contraditórios, por exemplo, o interesse individual e as exigências comunitárias de solidariedade. Para a pessoa, um egoísmo excessivo pode tornar-se irracional, no sentido da racionalidade econômica, se este comportamento a afastar das externalidades positivas do grupo (ZAOUAL, 2006, p. 46).

Faz-se necessário entender que o *homo situs* não é o indivíduo perfeito. Nas próprias palavras de Zaoual (p.53) “não se trata, aqui, de recair em algum

tipo de romantismo, mas de retratar a pessoa como ela é, de modo verossímil. O homem é “bom” e “mau” e é neste sentido que ele constrói sua racionalidade.

A globalização e o desenvolvimento transposto impulsionado por agências multilaterais e algumas ONGs forçam a homogeneização dos seres humanos, abolindo todo e qualquer tipo de diversidade e de diferenças, onde “toda a ampla variedade de nosso mundo desaparece, deixando um simplismo exagerado” (ZAOUAL, 2006, p.67). Tais ideias vão a favor da *hegemonia do pensamento único*, que “elimina a diversidade das práticas e das visões de mundo e aniquila o espírito crítico, condição de uma civilização da diversidade” (ZAOUAL, 2006, p.67). O autor afirma que

[...] Essas ciências [sociologia e economia] tendem a buscar a uniformidade em realidades que, por natureza, são múltiplas, conforme a lei da vitalidade dos seres, sejam eles sociais ou biológicos. As singularidades de cada espaço vivido inviabilizam todo modelo único. É este princípio de diversidade que está na base da abordagem simbólica (ZAOUAL, 2006, p. 37).

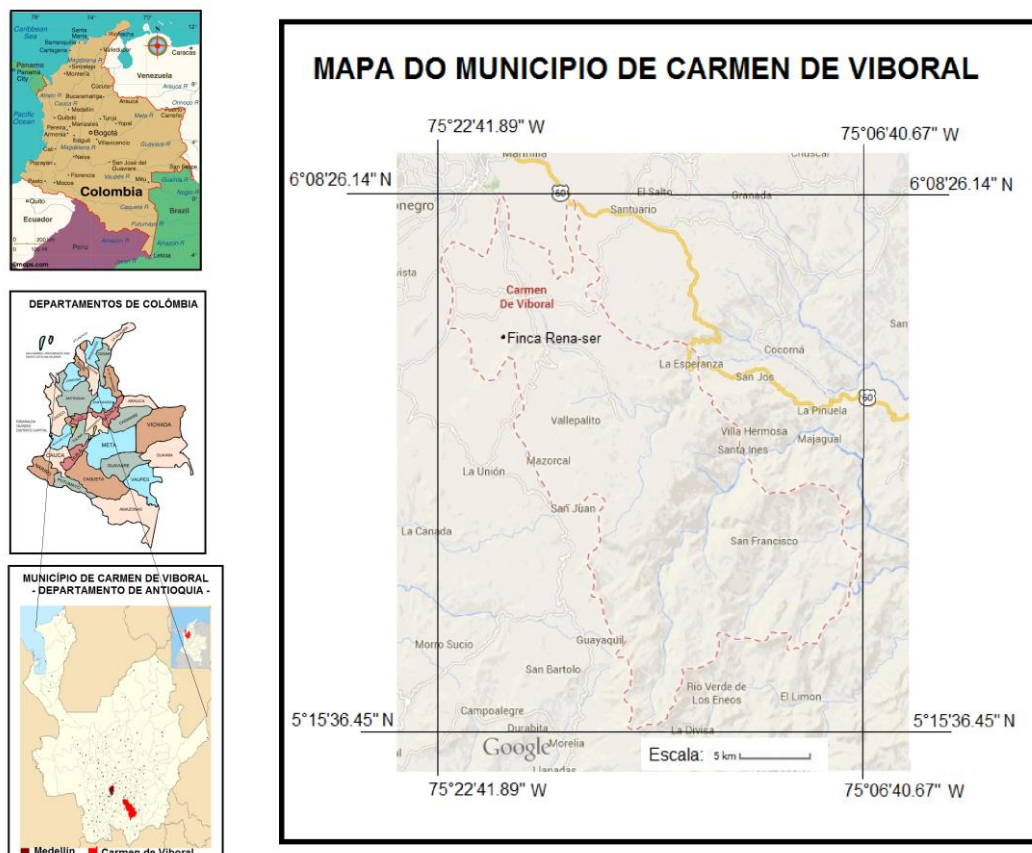
Nesse sentido, a sitiologia faz um convite para uma transformação paradigmática da economia, da ciência e do desenvolvimento. Este novo paradigma deve levar em consideração o caráter não determinista dos *sítios* e a ética, ser mais tolerante e que preze as diferenças, a pluralidade e heterogeneidade, que consigo trazem o caráter inovador dos *sítios*.

CAPÍTULO 2. METODOLOGIA DA PESQUISA

2.1. Área de estudo

A presente pesquisa foi realizada na unidade de produção Rena-ser e em *Hojarasca*, nome dado à casa onde Don Carlos comercializa seus produtos agrícolas na parte central do município de Carmen de Viboral, Estado de Antioquia, Colômbia. A unidade de produção agrícola está situada na *Vereda la Milagrosa* do mesmo município (ver Figura 2 e 3), possui temperatura média de 17°C e está a 2.150m acima do nível do mar. O município possui 45 mil habitantes, dos quais 23.600 vivem na zona urbana e 19.978 residem na zona rural (DANE, 2013).

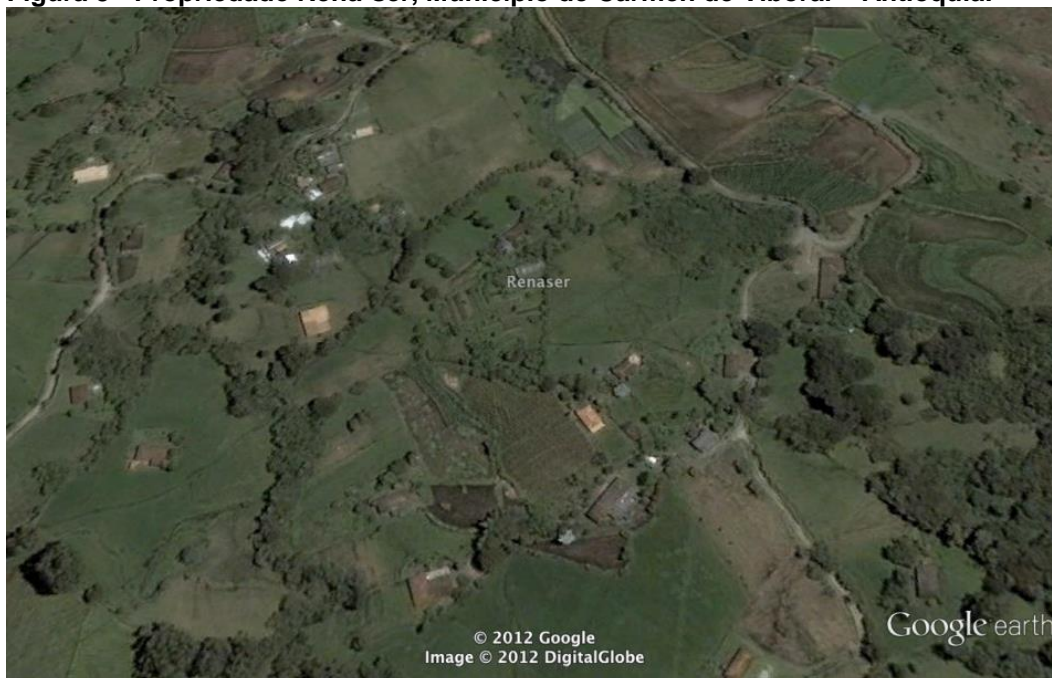
Figura 2 - Localização do Município de Carmen de Viboral, Estado de Antioquia – Colômbia.



Fonte: Adaptado de Google Earth²³ e Wikipédia²⁴.

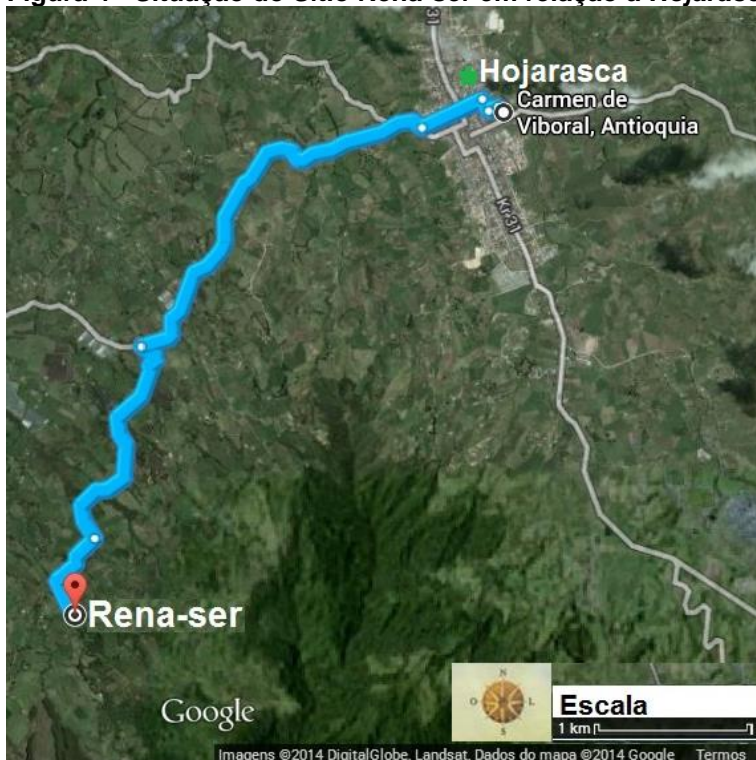
²³ Disponível em: <<https://www.google.com/earth/>>. Acesso em jul. 2014

Figura 3 - Propriedade Rena-ser, Município de Carmen de Viboral – Antioquia.



Fonte: Google Earth²⁵.

Figura 4 - Situação do Sítio Rena-ser em relação à Hojarasca.



Fonte: Adaptado de Google Earth²⁶.

²⁴ Disponível em:<www.wikipedia.org/>. Acesso em jul. 2014

²⁵ Disponível em:<<https://earth.google.com/>>. Acesso em ago. 2012.

²⁶ Disponível em:<<https://earth.google.com/>>. Acesso em mai. 2014.

As atividades econômicas do município são, em sua maioria, agrícolas e os principais cultivos são feijão, milho, batata e flores ornamentais. As cerâmicas se destacam na indústria.

2.2. Convergência de conceitos e metodologias

Dentro da Agroecologia há uma ampla diversidade de interpretações a respeito *do que é a Agroecologia*. Não há um consenso sobre sua fundamentação epistemológica. Porém, como concluem Ernesto Méndez, Bacon e Cohen (2013), afirmar que a Agroecologia tem sua epistemologia e conceito confuso propicia um campo mais vulnerável onde cada pessoa a adequa de acordo com seus objetivos, o que pode gerar definições bastante estreitas e restritas.

Para definir qual concepção de Agroecologia será utilizada neste trabalho, é necessária uma discussão mais detalhada a este respeito. A Agroecologia tem sido aprimorada conceitualmente desde seu surgimento até hoje. Este aprimoramento caminha para a maior complexidade das interações e dos aspectos que envolvem os sistemas agroalimentares (ERNESTO MÉNDEZ; BACON; COHEN, 2013). O que anteriormente surgiu basicamente como “princípios ecológicos para uma agricultura mais sustentável”, hoje entende a agricultura como um sistema socioecológico complexo com suas questões político-econômicas, ecológicas, sociais, culturais, éticas, ou seja, todas as faces que afetam os sistemas agroalimentares (ERNESTO MÉNDEZ; BACON; COHEN, 2013). Porém, entre estes dois aspectos apresentados a respeito da conceituação da Agroecologia, percebem-se inúmeras variações, isto é, não se pode dizer que é um processo linear e unidirecional. Ao contrário, existe um gradiente de interpretações multidirecional e não linear.

No presente trabalho entende-se Agroecologia como ciência, prática e movimento social, a partir de uma perspectiva fundamentada na transdisciplinaridade, na abordagem participativa e orientada para a ação transformadora (ERNESTO MÉNDEZ; BACON; COHEN, 2013).

A abordagem transdisciplinar valoriza e integra diferentes tipos de sistemas de conhecimento, como por exemplo, as disciplinas científicas e o conhecimento

empírico e local das populações (ERNESTO MÉNDEZ; BACON; COHEN, 2013). Os autores discorrem sobre como a valorização, o reconhecimento e a incorporação do conhecimento local ou gerado pelos agricultores tem sido crucial para a construção do conhecimento agroecológico. Neste sentido, o uso das abordagens participantes também se faz necessária, pois procura envolver uma “diversidade de atores como participantes ativos de um processo interativo que integra pesquisa, reflexão e ação e que visa proporcionar voz para atores que tem sido tradicionalmente excluídos a partir do processo de pesquisa”. Esta metodologia é chamada de Pesquisa Ação Participante - PAP (ERNESTO MÉNDEZ; BACON; COHEN, 2013, p. 9).

A Agroecologia orientada para a ação e a PAP, ao compartilhar princípios em comum, colabora para uma escuta mais profunda de diferentes vozes, especialmente aquelas que são frequentemente marginalizadas pela sociedade dominante, juntamente com a construção ativa de estratégias que levam em consideração a diversidade humana como fonte de inovação (ERNESTO MÉNDEZ; BACON; COHEN, 2013).

Neste aspecto, a utilização da História Oral temática como metodologia empregada na dissertação converge ricamente com a Agroecologia. Ambas utilizam ferramentas e conhecimentos interdisciplinares, onde a História Oral “permite o estudo da forma como pessoas ou grupos efetuaram e elaboraram experiências, incluindo situações de aprendizado e decisões estratégicas” (ALBERTI, 2008, p.165).

Outra teoria que trouxe grandes contribuições a respeito das iniciativas locais e do caminho que se deve traçar a respeito de uma economia mais flexível, tolerante e participativa é a teoria dos sítios de Zaoual. A sitiologia não tem como objeto de estudo o campesinato, e muito menos a Agroecologia. Porém, ela vai ao encontro da definição de Agroecologia aqui adotada.

Esta dissertação teve o agricultor Carlos Osório como protagonista, sujeito *homo situado* e conhecedor profundo de sua própria realidade. Dessa forma, a dissertação o compreende não apenas como criador e responsável pela iniciativa *Hojarasca*, mas protagonista da narrativa e dos princípios e suportes para a interpretação e análise dos dados.

A compreensão de que a Agroecologia não é, e não pode ser somente o estudo de agroecossistemas, é fundamental, uma vez que os sistemas alimentares envolvem questões políticas, econômicas, sociais, etc., que extrapolam qualquer delimitação espacial. Por isso, o foco de estudo aqui é o sistema de comercialização e fatores envolvidos, como a transição agroecológica e aspectos sociais e históricos.

A Agroecologia transformadora incorpora uma crítica da estrutura da economia política que molda o atual sistema agroalimentar para remodelar as relações de poder desde o início da produção de alimentos até a mesa do consumidor final. Assim, os agroecólogos devem ir além da escala das unidades produtivas (ERNESTO MÉNDEZ; BACON; COHEN, 2013). Os autores dizem que as abordagens que reduzem a Agroecologia a uma ciência agrônoma mais sensível ecologicamente, desconsideram a influência dos aspectos sociais. Do mesmo modo, a Agroecologia apenas como ciência natural tende a privilegiar a ciência positivista e o reducionismo cartesiano em relação a outras formas de conhecimento (ERNESTO MÉNDEZ; BACON; COHEN, 2013), e isto a Agroecologia não é.

2.3. Procedimentos Metodológicos

Foram adotados na pesquisa procedimentos metodológicos de investigação qualitativa e quantitativa. Os procedimentos qualitativos foram utilizados na totalidade da dissertação, já que são mais adequados para interpretar realidades sociais (BAUER, 2003). A análise quantitativa mostrou-se necessária para conhecer o perfil dos consumidores. A pesquisa teve o delineamento de estudo de caso, porque se refere a uma exploração detalhada e intensa de um único caso (GOLDENBERG, 2004). A autora diz que o estudo de caso não é uma técnica específica, mas uma análise holística, detalhada, em que por meio de diferentes técnicas busca compreender a totalidade de uma situação em particular. Neste caso, é o sistema de comercialização direta e local realizado pelo agricultor Don Carlos e as condicionantes anteriores à iniciativa que auxiliaram na compreensão da totalidade da experiência estudada.

Outro delineamento necessário à pesquisa foi a junção da história oral temática com a história de vida, porque estudar o sistema de comercialização do agricultor sem antes conhecer e interpretar uma parte de sua história de vida seria insuficiente para atingir os objetivos da pesquisa. Alberti (2008, p. 158) faz um alerta para os investigadores não caírem no erro de considerar que a publicação de entrevistas já é História. As entrevistas são uma fonte de história oral e, “como todas as fontes, necessitam de interpretação e análise.” A história oral temática enfatiza somente um aspecto da vida do narrador, ou seja, um tema específico na vida do entrevistado (LOZANO, 1999). Praticamente todo estudo segue com o delineado da história oral temática. Porém, a história de vida foi utilizada na primeira seção do terceiro capítulo, onde são narrados os aspectos históricos da experiência. Nesta parte, o foco de pesquisa não é voltado diretamente para o tema da comercialização, mas sim para a história da infância e juventude de Don Carlos e aspectos relacionados à agricultura e ao trabalho familiar.

Para Queiroz (1983, p. 91) as:

histórias de vida e depoimentos pessoais, a partir do momento em que foram gerados passam a constituir documentos como quaisquer outros, isto é, definem-se em função das informações, indicações, esclarecimentos escritos ou registrados, que levam a elucidar questões determinadas e funcionam também como provas.

Assim, essa metodologia abriu novas perspectivas para o entendimento do passado recente e auxiliou a ciência agroecológica a compreender como ocorre a construção individual do conhecimento agroecológico e o que leva uma pessoa a transformar radicalmente seu modo de vida.

Lozano (1999) diz que as histórias de vida ressaltam:

As experiências vitais dos indivíduos em sua ação dentro da sociedade descobrem a relevância das vivências pessoais nos marcos institucionais e o impacto de decisões pessoais nos processos de mudanças e estruturação social.

Foi possível, através desta metodologia, reconstruir e reflexionar, a partir da memória viva do sujeito entrevistado, o acúmulo de experiências de vida acerca de sua consolidação na Agroecologia (LOZANO, 1999).

2.4. Técnicas utilizadas para coleta e registro de dados

a) Entrevistas: foram realizadas entrevistas de natureza individual em profundidade, com roteiros semiestruturados, ver Apêndice B, (MINAYO, 2000). Tal metodologia permitiu explorar em profundidade as experiências individuais as quais se buscava conhecer (BAUER, 2003). Mesmo que a entrevista em profundidade e a entrevista narrativa sejam diferentes, aqui houve uma reconciliação entre as duas, já que os roteiros das entrevistas permitiram a narrativa. Esta última tem uma estrutura que permeia dentro de um contexto, acontecimentos sequenciais e que terminam em determinado ponto (BAUER, 2003, p. 90). A narrativa enriqueceu o trabalho devido à sua capacidade de detalhar determinados acontecimentos, de mostrar as motivações envolvidas no contexto e pelo seu próprio enredo, que dá coerência e sentido à narrativa (BAUER, 2003).

As entrevistas foram cuidadosamente realizadas para que não extrapolassem o limite de uma hora e meia de duração (BAUER, 2003). A princípio, realizaram-se as entrevistas somente com a pesquisadora e o entrevistado. No entanto, surgiram dificuldades em conduzi-las devido ao idioma e alguns componentes da regionalidade. Optou-se por fazê-las somente acompanhadas por outra pessoa, que tivesse conhecimento acerca da pesquisa e da experiência de Don Carlos e de nacionalidade colombiana.

As entrevistas foram gravadas com autorização prévia do entrevistado e foram finalizadas após atingirem o *ponto de saturação*, onde as informações narradas na entrevista começam a se repetir (ALBERTI, 2008). Todas as entrevistas foram transcritas fielmente. A análise das mesmas foi realizada consultando as fontes orais (gravações), principalmente com as transcrições em

idioma original, sendo a tradução²⁷ feita somente no momento da formação do texto final e da seleção dos trechos que foram citados. Dos diálogos, apenas foram tomados nota das informações mais relevantes.

b) Questionário: um questionário foi aplicado em 71 consumidores de *Hojarasca*, contendo uma pergunta aberta e três perguntas com objetivos concretos. O questionário compunha as seguintes questões: sexo e a idade, há quanto tempo compra em *Hojarasca* e porque compra em *Hojarasca*. O formulário também foi aplicado até atingir o ponto de saturação, aonde todos os clientes que chegavam já tinham participado da enquete.

c) Observação: a observação participante natural é quando o pesquisador se incorpora ao grupo, fazendo-se parte dele e vivenciando as experiências juntamente com eles (LAKATOS, 2003). Neste sentido, a observação no presente estudo se justifica como participante natural porque a pesquisadora já possuía amizade com o agricultor e vivenciou seu cotidiano, ajudando-o com as tarefas diárias e coletando dados simultaneamente.

Foram feitas observações na unidade de produção *Rena-ser* com o foco de investigar questões antecedentes a comercialização, como preparação dos produtos, colheita, armazenamento, embalagem e transporte. Já em *Hojarasca*, foi observada a relação entre produtor, consumidor e demais trabalhadores da loja, características dos consumidores e suas preferências durante as compras. O plano de observação pode ser verificado no Apêndice C. Usou-se caderno de campo e fotografias para o registro.

d) Metodologias Participativas: as metodologias participativas fazem parte do Diagnóstico Rural Participativo (DRP), o qual foi inicialmente desenvolvido por Robert Chambers (SOUZA, 2009). Este tipo de metodologia possui muitos benefícios que podem ir desde a rapidez com que se conseguem informações importantes, a alta confiabilidade nos dados até a participação ativa dos

²⁷ Alberti (2008) considera as palavras escolhidas pelo entrevistado como fonte importante de informação para a interpretação da narrativa. Assim, “a escolha de determinadas palavras e formas de se expressar informa sobre a visão de mundo e o campo de possibilidades aberto àquele indivíduo, em razão de sua experiência de vida” (ALBERTI, 2008, p. 185). Por esta razão, não convém substituir, acrescentar ou retirar palavras, “convém ser fiel à lógica e às escolhas do entrevistado” (ALBERTI, 2008, p. 185). Porém, foram necessárias algumas adaptações na hora da tradução para justamente, no idioma português, preservar as intenções da narrativa original.

envolvidos, e também pode proporcionar a auto avaliação, tanto do pesquisador quanto do grupo envolvido (SOUZA, 2009).

Neste contexto, utilizou-se a Rotina diária e o Diagrama de Venn. A primeira consistiu em vivenciar e realizar tarefas tanto em *Rena-ser* quanto em *Hojarasca*, permitindo obter dados confiáveis com descontração e naturalidade (SOUZA, 2009). O segundo foi importante para se ter conhecimento das instituições, órgãos e pessoas que estão ou estavam envolvidos com o agricultor e a iniciativa de *Hojarasca*. Além do envolvimento, foi possível saber o grau de aproximação e confiança que o agricultor possuía com cada um dos atores envolvidos. A execução do Diagrama de Venn durou uma hora e meia, sendo registrada por meio de gravação e posteriormente transcrita.

CAPÍTULO 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. Transições da vida: Memória e narrativa

“Os bípedes da sua espécie esperam pra fazer as coisas quando os ventos sopram todos a seu favor. Mas, enquanto se mantêm imóveis, os problemas aumentam, se tornam mais complexos e suficientemente assustadores para convencê-los de que é melhor deixar tudo do jeito que está, já que as coisas podem piorar ainda mais...”, diz a ave entre a ironia e a reprovação.

Emilio Gennari

A partir da premissa de que a Agroecologia não é somente o estudo dos agroecossistemas e que para compreendê-la é necessário conhecer os diferentes contextos e aspectos que a permeiam, parafraseia-se Zaoual (2006, p. 37) para compreender a importância da primeira parte desta seção:

[...] Isso requer uma arqueologia das influências cruzadas dos percursos e uma compreensão de seus mecanismos de deciframento em situações de intercâmbio com seus mundos exteriores. Percursos e códigos de seleção são intimamente ligados nos processos de produção dos *sítios*. Aí, a análise econômica não tem o direito nem a legitimidade científica de ser amnésica, já que não há saber sem história (ZAOUAL, 2006, p. 37).

Com o intuito de compreender as arqueologias citadas por Zaoual que permeiam a iniciativa estudada e também de aproximar o leitor ao camponês, narra-se aqui, a partir do uso da fonte oral (o entrevistado), alguns aspectos da história da vida de Don Carlos que antecedem a concretização da experiência estudada e a sua trajetória no Nível 4 da Transição Agroecológica (ver Figura 5).

Figura 5 - Níveis de Transição Agroecológica.

Níveis de Transição			
<p>Utiliza os insumos de forma mais eficiente, para diminuir o uso e reduzir os impactos negativos.</p> <p>É neste nível que ocorre a maior concentração de recursos financeiros destinados a pesquisa na agricultura convencional.</p> <p>Ex: Agricultura de precisão.</p> <p>Não ajuda a eliminar a dependência de insumos externos.</p>	<p>Substitui os insumos e práticas convencionais por outras menos ou não degradantes.</p> <p>Ainda com alta dependência de insumos externos e sem alterar a estrutura básica do agroecossistema. Os problemas da agricultura convencional tendem a persistir.</p> <p>Geralmente a agricultura orgânica industrial está neste nível.</p> <p>Ex: Compostos orgânicos e caldas.</p>	<p>Redesenha o agroecossistema para que ele comece a realizar relações ecológicas mais complexas.</p> <p>A precaução é o maior objetivo e não a remediação como nos níveis 1 e 2.</p> <p>Ex: Conversão energética, rotações, policultivos, quebra-ventos.</p>	<p>Reestabelecer uma conexão direta entre produtor e consumidor. Busca a sustentabilidade em todos os componentes do sistema agroalimentar.</p> <p>A conversão ocorre dentro do campo social, cultural e do contexto econômico.</p> <p>Os trabalhos neste campo estão apenas começando.</p> <p>Ex: Venda direta e comercialização local.</p>
1	2	3	4

Fonte: Adaptado de Gliessman (2010).

Carlos Enrique Osorio Osorio²⁸ nasceu em 1953, em Carmen de Viboral – Antioquia, Colômbia, é o mais novo dentre os seis irmãos, três mulheres e três homens. Don Carlos estudou somente até o segundo ano primário em uma escola que estava a uma hora de sua casa. Ele conta que:

Não havia senão estas duas séries, não havia outras mais nesse tempo, era somente uma professora para as duas séries e somente uma sala. Uma escola muito simples, com uma sala onde colocavam o quadro de madeira na metade e de um lado do quadro a professora escrevia ao primeiro ano e do outro lado, escrevia aos do segundo.

Dessa forma, não restou outra opção senão parar com os estudos escolares. Ele e sua família viviam em uma casa muito simples de taipa. Seu pai fazia um consórcio muito utilizado antigamente em Antioquia, que hoje está se perdendo, de plantar o feijão com o milho. O feijão tem um potencial de

²⁸ Apesar dos dois Osorios seguidos, o narrador explica que seus pais não eram familiares: “Nada, meu pai era Osorio Osorio aqui de Carmen e minha mãe Osorio Arbeláez de Unión, um município perto daqui”.

substituir as plantas adventícias, além de ter uma competitividade menor com o milho, aumentando a produtividade deste. Plantava também um pouco de batata, tudo com um manejo próprio que não era exatamente o orgânico que se conhece hoje, mas tampouco utilizava químicos.

Sua mãe fazia chapéus com uma palha²⁹ branca que hoje são chamados de chapéus *aguadeños*. Don Carlos conta que ele e seus irmãos a ajudavam a tecer e que cada um tinha seu próprio chapéu. A cada quinze dias, um senhor os visitava para comprá-los³⁰.

Com o passar dos anos, Don Carlos começou a trabalhar por jornada em algumas unidades produtivas convencionais, todavia, continuava a ajudar no sítio de sua família. E rememora:

Me lembro que quando eu estava na escola, aos 7 ou 8 anos, eu ajudava meu pai a tirar o esterco das vacas e plantava as mudinhas de milho diretamente no esterco fresco, assim dos ladinhos. Já depois, quando meus irmãos mais velhos começaram a trabalhar... Então, foi meus irmãos mais velhos que começaram este tipo de trabalho mais convencional. Quem sabe meu pai também, que só deixava se guiar pelo que os filhos mais velhos faziam e ele ajudava com o trabalho. Mas os que impulsionaram mesmo foram meus irmãos.

Assim, o tipo de agricultura que sua família possuía também foi sofrendo as transformações da Revolução Verde e o narrador, apesar de não se recordar muito da época, descreve:

O sítio foi ficando mais diverso, porque passou de ser praticamente só milho e umas poucas plantas de batata e de mandioquinha. Ah, é verdade, me lembro que plantávamos muita mandioquinha, porque como éramos uma família muito pobre, não havia com que investir muito, então plantávamos o que não tinha muito custo, plantávamos mais o que precisava de mão de obra. Lembro que a gente ia os quatro, meu pai e os três filhos a trabalhar por conta de outras pessoas para conseguir um dinheiro e conseguir fazer o mercado.

As dificuldades eram grandes e era necessário fazer empréstimos no Caixa Agrária³¹. Nessa época, já no caminho da industrialização do campo

²⁹ Palha chamada de *Paja de la Iraca*.

³⁰ Ela os vendia a 15 a 30 centavos cada chapéu.

³¹ Atualmente é o Banco Agrário.

colombiano, o empréstimo não era recebido em dinheiro, mas sim em insumos. Don Carlos conta que inclusive:

Quando faziam empréstimos para comprar uma vaca, se tinha que comprar o ferro com as iniciais do Caixa Agrária e marcá-las. Porque eles não davam dinheiro para gente, davam o equivalente em insumos e foram eles que começaram a colocar, mais que tudo, o governo e as entidades governamentais, os químicos no campo. Sabendo que se trabalhava com os produtos orgânicos e introduziram os químicos para aumentar a produção.

Don Carlos laborou como trabalhador rural temporário em outras unidades de produção até os 25 anos e o que mais gostava de fazer nesse trabalho era passar veneno. Ele verbaliza que recebia um pouco mais pelo trabalho, porque poucas pessoas tinham a bomba de pulverizar, então para ele era mais rentável porque possuía a bomba. Mas, também, gostava mais deste trabalho porque era mais fácil do que ter que usar a enxada.

Enquanto isso, Don Carlos também trabalhava como carregador³², pois sabia manejar de quatro a cinco cavalos de uma só vez. Assim, levava batatas de um sítio vizinho até o centro do povoado para serem vendidas no mercado.

Eu fui carregador praticamente quatro dias da semana, levava cargas de batata e feijão para lá [povoado] e voltava com cargas de adubos. Era uma viagem dupla, se levava batata e se subia com o adubo. Isso me deu um dinheirinho para comprar este sítio, este hectare de terra que comprei em 1973 com umas poupanças que consegui, mais que tudo, com o trabalho de carregador. Porque por diária era pouco o que se conseguia e quase tudo que eu ganhava tinha que dar para ajudar a família a fazer as compras de mercado. Então de diarista quase não consegui nada. Mas, cinco anos de carregador, sim consegui um dinheirinho para comprar este sítio que me custou naquela época 35 mil pesos, em 1973.

Cabe destacar que o processo de busca pela compreensão do passado é construído mutuamente entre pesquisador e entrevistado. A entrevista está carregada tanto das indagações e preocupações do pesquisador, quanto da

³² A palavra utilizada pelo narrador foi *arriero*, que designa pessoas que trabalham transportando mercadorias, por exemplo, produtos agrícolas, com animais de carga. É uma atividade típica do Estado de Antioquia, Caldas, Risaralda e Quindío. A atividade sustentou a economia da região *Paisa* por vários séculos, incluindo XXI. Os *arrieros* constituem – e constituíram – a identidade cultural regional e têm uma maneira única e própria que ficou para sempre no *Paisa*.

memória do entrevistado. A partir deste entendimento, a entrevista foi conduzida de tal forma que se estabeleceu a mutualidade, ou seja, a troca entre os dois sujeitos (PORTELLI, 1997).

Quando o entrevistado foi questionado sobre o motivo de ter comprado uma propriedade agrícola e não uma casa no povoado, a resposta foi surpreendente. Don Carlos disse que nunca planejou comprar um sítio, muito menos uma casa no povoado. Discorreu que nessa época só pensava em andar de bicicleta, haja vista que gostava muito de esportes, inclusive participou de muitos campeonatos de ciclismo. Porém, nesse meio tempo, um de seus irmãos, Francisco³³, que era muito negociante e que gostava de comprar plantações inteiras (comprava a unidade de produção juntamente com os cultivos) para vender a produção e depois continuava a produzi-la, fez uma proposta a Don Carlos. Tal proposta consistia em comprar em conjunto uma propriedade, já que Francisco não tinha o dinheiro completo e Don Carlos possuía uma poupança. Dessa maneira, Don Carlos emprestou 20 mil pesos a Francisco para comprá-la, a qual mais tarde iria se chamar Rena-ser. Era um hectare de terra, com plantações de feijão e milho. No total, o sítio foi comprado por 35 mil pesos e a colheita vendida por 18 mil pesos, assim custando apenas 17 mil pesos³⁴.

Mais tarde, Francisco recebeu uma proposta e comprou outro sítio próximo de Rena-ser. Don Carlos terminou de pagar o que faltava a seu irmão e Rena-ser passou a ser oficialmente sua. Don Carlos só começou a viver ali ao se casar em 1978, porém, neste meio tempo, a unidade de produção sempre esteve produtiva com o trabalho de algum de seus familiares.

Don Carlos teve quatro filhos, três mulheres e um homem. Sua família sempre foi de aproveitar o tempo juntos, gostavam de festejar e de comemorar. Conta o narrador que não tinham o hábito de guardar dinheiro ou de economizar. Sempre que tinham um dinheiro, já estavam pensando onde iria gastá-lo. Don Carlos seguiu com a agricultura convencional³⁵ em seu próprio

³³ Francisco, irmão mais velho de Don Carlos, aparecerá ao longo da dissertação porque está diretamente envolvido com *Hojarasca*.

³⁴ Hoje, dia 02/07/2014, 1.000 pesos colombianos vale aproximadamente R\$ 1,18.

³⁵ Até porque neste tempo ainda não conhecia a agricultura orgânica e nem sequer havia escutado.

sítio e comercializava seus produtos na Praça de Rionegro, município vizinho a Carmen de Viboral, aonde chegavam, principalmente, negociantes de Medellín.

Os trabalhos que ele realizava exigiam a aplicação constante de agrotóxicos³⁶ e o camponês falou que, inclusive, estava adicto a alguns deles, os que tinham cheiro mais adocicado:

Eu não cheguei a aplicar herbicida [em Rena-ser] porque tinha alguns trabalhadores e, além disso, a terra era pequena, então se podia usar a enxada. [...] Mas apliquei muito herbicida trabalhando como diarista, assim trabalhando por conta dos outros, em outros sítios, descalço. Eu não sei como a gente ainda tem os pés. Porque a gente aplicava herbicida em cima dele praticamente, descalço, sem proteção no rosto e nem nas mãos.

Quanto ao uso de equipamentos de proteção e alertas sobre os perigos de intoxicação naquela época, ele respondeu:

Por aí se faziam reuniões com os que vendiam os pesticidas e diziam que tinha que tomar algumas precauções, como lavar bem as mãos ou que tal coisa, que lessem a etiqueta. Mas, praticamente um camponês nem sabe ler e, além disso, era uma letra muito pequena, a gente não consegue ler. Então, realmente isso era um sofisma de distração.

Em 1993, com 40 anos, Don Carlos começou a ter alguns problemas de saúde e conta que sentia muita dor de cabeça:

Digamos, pela manhã, quando o sol saía, as oito, começava a dor de cabeça e um problema nos olhos que era uma visão embaçada. Eu não distinguia uma pessoa a cinco metros de onde estava, via que tinha uma pessoa, mas não sabia quem era [...] Semanalmente me dava uma dor de cabeça muito impressionante, com vômito e tudo, como uma enxaqueca agressiva.

Aceves (2000, p. 9), sobre este processo, traz colaborações quando diz que se deve “conceber a memória como algo por construir mais que por

³⁶ Os agrotóxicos mais utilizados por ele eram o Carbofurano (inseticida, acaricida e nematicida), vendido comercialmente como Furadan, além do Tamaron e do Curacron, ambos inseticidas, e por último o fungicida Manzate. Todos possuem classificação toxicológica I, exceto o Curacron (classe III). As classes variam de I a IV, onde I é considerado extremamente tóxico e IV pouco tóxico.

desempoeirar”. Assim, a narrativa oral e a memória do entrevistado se concretizam concomitantemente, as duas trabalhando juntas.

Para Portelli (1997), a tarefa do pesquisador é provocar tais memórias. Mas cabe apenas ao entrevistado o processo de mentalizá-las e verbalizá-las, construindo, assim, a narrativa, a qual traz à tona o passado, o lembrado e o que foi sentido. O ato e a arte de lembrar jamais deixam de ser profundamente pessoais (PORTELLI, 1997, p. 16). Assim, Don Carlos conta sua história a partir dos indícios de memória e experiências que ele teve e que o fizeram tomar atitudes e mudar suas práticas.

Por consequência da sua intoxicação, Don Carlos e sua família³⁷ começaram a procurar médicos que pudessem diagnosticá-los. No entanto, os diagnósticos eram de enxaqueca e os médicos não buscavam as causas para tal problema. Esse processo durou aproximadamente cinco meses, com a família doente e tendo que trabalhar, até que, finalmente, encontraram um médico homeopata que o alertou. O entrevistado narra, a partir de sua memória, as palavras do médico:

“É que o teu problema deve ser problema com os químicos, você pulveriza muito e segue ainda fazendo. Trabalhemos por aí. Mas, eu tenho certeza, que são os químicos, a intoxicação que tens é no sangue”. Porque eu o dizia que quando começava a pulverizar era quando aumentava. Quando eu trabalhava aqui no meu sítio, pulverizava uma vez por semana e normalmente era esse dia ou um dia depois que me dava a dor de cabeça mais forte.

O encontro de Don Carlos com esse médico, chamado Juan, que também é agricultor biodinâmico, abriu as portas para as grandes transformações que estavam para acontecer na vida do camponês. Zaoual (2006, p. 52) expõe as singularidades de cada *sítio* e das transformações sofridas pelo *homo situs*, discorrendo:

[...] Cada individuo, mesmo compartilhando sentimentos morais comuns no sítio, é específico, devido às peculiaridades de seu próprio percurso. Cada pessoa possui um tipo de patrimônio de percurso que desempenha um papel em suas decisões presentes e futuras. Alias, isso é o que evidencia o caráter não-determinista do *sítio* sobre os comportamentos individuais (ZAOUAL, 2006, p. 52).

³⁷ Toda a família possuía sintomas de intoxicação.

Foi neste momento que Don Carlos iniciou um processo de desvinculação daquele sítio de pertencimento o qual fazia parte. Se não fosse a peculiaridade de conhecer Juan e de esse “patrimônio de percurso”, talvez o camponês continuasse fazendo parte daquele sítio de pertencimento, compartilhando com seus vizinhos os mesmos mitos, paradigmas, crenças, ou seja, o mesmo espaço cognitivo.

Após o alerta do médico, o agricultor cessou imediatamente o uso de agrotóxicos. Don Carlos pontua que o apoio tanto de sua esposa, na época, quanto do médico, foi fundamental. O camponês e sua esposa começaram a frequentar as reuniões de um grupo chamado *Hojarasca*, cujo médico Juan havia organizado com mais quatro agricultores.

Na literatura recomenda-se que a transição agroecológica seja iniciada por pequenas áreas e por alguns processos. Entretanto, nesta experiência, abruptamente, já não se aplicou nenhum tipo de agroquímico. Don Carlos, como alternativa de renda, pensou na produção leiteira:

Então, como precisávamos de uma atitude, pensei imediatamente “se não posso trabalhar com químicos, então vou começar a trabalhar com leite, vou comprar vacas e, bom, vivo tranquilo, porque não precisa trabalhar muito, era só ordenhar pela manhã e pela tarde e, bom, vender³⁸”.

Ao observar a narrativa acima, tem-se em mente que o entrevistado ao relembrar algo, reorganiza a memória de acordo com suas experiências que podem estar cheias de satisfação ou decepção, logo, tais sentimentos vão aparecer na narrativa. Assim, é Don Carlos de hoje que está narrando sua história vivida, porque história oral não se apoia em “história apreendida e sim em história vivida” (HALBWACHS, 2006, p. 71).

A família fez um empréstimo na Caixa Agrária para comprar duas vacas, porque já havia uma destinada para o consumo de leite, e deixou toda a área³⁹

³⁸ O agricultor conta que nesta época vender leite ainda era bastante rentável. O litro de leite estava a 400 pesos (há vinte anos) e um saco de ração custava oito mil pesos. Agora, porém, o litro de leite vale 600 pesos (só aumentou 200 pesos em 20 anos) e o saco de ração subiu 30 mil pesos! A ração já não custa mais oito mil pesos, senão 40 mil pesos (valores aproximados, informação extraída do próprio narrador).

³⁹ Mesmo que dito anteriormente, é interessante recordar que o sítio conta com apenas um hectare.

que tinha para pasto. Só restou uma pequena horta que sua companheira possuía. Porém, Don Carlos pensou que apenas deixando o “mato” crescer era suficiente para as vacas pastarem e assim não plantou pasto. Ele relata: “pensei que com isso era suficiente, e aos vinte dias, as três vacas haviam acabado com tudo. Estava puro pântano o chão do sítio e eu vi que não era tão fácil...”.

A atividade foi se mostrando inviável, não economicamente, mas em relação ao manejo agroecológico, tanto da pastagem quanto dos aspectos sanitários dos animais. Diante das expectativas de conseguir se inserir em uma nova atividade que não precisasse utilizar os agroquímicos e que se pensava ser fácil, o sentimento de frustração submergiu diante da realidade:

Vi que não era tão fácil e que, além disso, ia precisar passar veneno. Porque o pasto começou a ficar com doenças, havia que comprar adubo e colocá-lo. As vacas haviam que ser pulverizadas a cada 20 dias para moscas e carrapato. Assim, percebi que não era tão fácil e que não podia escapar dos químicos...

Diante das dificuldades econômicas e ainda com os empréstimos correndo, ele começou a vender as vacas para pagar as dívidas. Concomitantemente, Don Carlos continuou aumentando a horta caseira que sua companheira havia começado. Juan, o médico, tinha amigos em Medellín que se interessaram em comprar os produtos em transição agroecológica do grupo e assim, ele começou a levar alguns produtos à capital a cada 15 dias para vender.

Apesar disso, o contexto não era tão favorável. A incerteza e instabilidade em relação aos clientes de Medellín eram grandes. Don Carlos explicou que a produção “era muito pequena e muito ocasional, primeiro diziam que queriam a cada oito dias, e no final diziam ‘vê, eu tenho ainda da semana passada, não me traz, eu te ligo para pedir’ e não ligavam, era muito incerto”. Juan não conseguia vender tudo que levava a Medellín e esse processo durou uns quatro meses apenas. Don Carlos conta que recebia pelos produtos, independente da venda, ou seja, mesmo sem vender, Juan pagava do seu próprio bolso.

De qualquer forma, havia a quem comercializar. Alguns amigos do grupo *Hojarasca* e até mesmo os médicos que atenderam inicialmente a família de Don Carlos, em Carmen de Viboral, começaram a comprar os produtos e, a partir daí, formaram-se seus primeiros consumidores locais.

Os primeiros anos da conversão agroecológica são bastante difíceis. Muitos agricultores sofrem uma redução nos rendimentos e, por consequência, uma maior vulnerabilidade econômica, principalmente nos dois primeiros anos (GLIESSMAN, 2010). Com a família de Don Carlos não foi diferente, durante esse período⁴⁰ eles passaram por grandes problemas econômicos. O entrevistado contou das necessidades que sua família passava com a educação dos filhos e inclusive tiveram que ficar uns dois anos sem comer carne, porque era muito cara: “só as vezes que dava para um sancocho”⁴¹, explicou Don Carlos.

Como alternativa, a sua companheira na época em questão, começou a levar algumas plantas para vender em Carmen. Alugou um pequeno local para comercializar temperos e plantas medicinais, como por exemplo, aipo, salsinha, funcho, cebolinha, coentro, e percebeu que podia ser rentável. Don Carlos traz a narrativa para o presente e contextualiza que atualmente: “ela tem o maior armazém, o mais reconhecido de Carmen, é o que ela administra. Mas, isso também a fez ficar no povoado, ela já leva uns 14 anos com o armazém lá, com o armazém naturalista”.

Com o passar do tempo e com o período de conversão chegando ao fim de seu terceiro ano, o grupo percebeu que já havia produções excedentes. Juan atendia seus pacientes em casa, que era caminho do sítio de Don Carlos, e dizia aos pacientes⁴² para aproveitarem a volta para passar no sítio para fazer a feira. Carlos narrou a situação simulando os diálogos que ele e Juan teriam tido com os pacientes:

⁴⁰ Período que durou aproximadamente três anos e se chama “período de conversão agroecológica”.

⁴¹ Comida típica do Estado de Antioquia, fazendo parte da cultura *Paisa*, semelhante a uma sopa contendo batata, um ou mais tipos de carne, milho e condimentos.

⁴² Juan tinha esse posicionamento porque a maior parte de seus clientes era de pacientes terminais com câncer. Assim, ele estimulava muito o consumo de alimentos naturais e orgânicos.

Então, onde se consegue? [indagavam os pacientes a Juan]. Vai à casa de Don Carlos [dizia Juan]”. Então, os pacientes vinham da casa dele, que vivia mais em cima de onde eu estou, entravam aqui e “é aqui que se tem *tal coisa*?” E o outro “o médico me disse que viesse aqui para ver se tinha...”. Então, os outros do povoado começaram a falar “ah, que bom seria se fosse aqui em Carmen, porque pra gente ir no sítio de Israel ou de Alfonso ou de Carlos... Porque não aqui no povoado, trazer essas coisinhas?” Então, buscamos um dia da semana, que dia íamos nos reunir ou que dia íamos levar ao povoado a produção de cada um.

A partir da necessidade de canalizar a produção das cinco famílias em um só lugar, Juan teve a ideia de abrir uma loja na parte central do município. A busca por mercados mais autônomos e dignos é um desafio⁴³ para agricultores familiares e camponeses. Nessa fase que o grupo *Hojarasca* se encontrava, o esperado era que procurassem um intermediário ou alguma rede de varejo no povoado que pudesse revender seus produtos.

Porém, os acontecimentos foram se dando de tal forma que a possibilidade de venda por tais meios se tornou inviável, forçando a criação de uma iniciativa própria para o grupo fazer sua comercialização. Tanto este ponto, como muitos outros adiante relatados da experiência, vão ao encontro do que Zaoual (2006, p. 36) afirma que o sítio é “simultaneamente moldador e moldado”. Ou seja, o desenvolvimento do *homo situs*, bem como de suas iniciativas locais, ocorre mediante influências cruzadas e dinâmicas entre seus atores, seus próprios *sítios* e o mundo externo, o que lhe confere por natureza características bastante mutáveis, autênticas e imprevisíveis (ZAOUAL, 2006).

Assim, o que aconteceu mediante um *sítio* moldador, neste caso, os fatos dinâmicos que culminaram numa venda local e direta, foi o que justamente levou possivelmente aos frutos colhidos mais adiante, por todos os envolvidos na iniciativa, produtores e consumidores, já que o sucesso da transição agroecológica, depende de fatores vinculados ao próprio produtor e de fatores externos (GLIESSMAN, 2010), neste caso o sítio moldador e os motivos que o levaram a não comercializar a intermediários. É necessária a articulação ou rearticulação entre tais fatores, que antes, muitas vezes não se

⁴³ A dificuldade existe por vários fatores, entre eles, longas distâncias entre as unidades de produção e os centros consumidores, falta de transporte público adequado, articulação comunitária, falta de local apropriado, inviabilidade financeira, falta de tempo, entre outros.

fazia. Nesse caso, a capacidade de inovação, planejamento e de trazer questões do plano das ideias para o plano concreto das ações, ou seja, de realmente pôr em prática, de ousar, tornaram os desafios e as dificuldades mais amenas e administráveis nos anos seguintes.

É o que a racionalidade econômica e as ciências ditas *duras* não levam em consideração e não admitem, que possam existir fatores imprevisíveis e autônomos dentro dos *sítios* (ZAOUAL, 2006). O que para qualquer homem situado é óbvio, que nada pode ser 100% planejado e previsível, para o modelo do desenvolvimento transposto não o é (ZAOUAL, 2006).

Naquela época os benefícios em relação ao que aparentemente eram problemas técnicos, e que culminaram na impossibilidade da venda por meio de intermediários e varejo, ainda não estavam claros. Esses problemas eram mais em relação à parte estética dos alimentos, segundo o narrador:

Era muito difícil que isso sucederia, porque a aparência dos produtos não era o que o mercado exigia, a cenoura era muito pequena, os repolhos. As alfaces também muito pequenas. Não tinham essa textura fina e apertada que tem no comércio. Vimos que ia ser muito difícil vender a um intermediário ou no comércio formal, porque eram muito diferentes do que o mercado exige. Hoje em dia sai muito parecido com os produtos da agricultura convencional. Mas no início era mais distinta a diferença que havia, pois, no tamanho e na aparência. Sabíamos que a qualidade era maior que a do mercado convencional, porém a aparência que o cliente exigia era muito diferente, nessa época, 17 anos atrás, ainda não havia essa consciência que está havendo agora por comprar produtos orgânicos.

Durante a realização da entrevista, após estas declarações, questionei-o se eles tiveram o desejo de vender seus produtos ou se tentaram vender a intermediários ou a mercados depois que os produtos ficaram mais bonitos esteticamente. O narrador contou que diferente de muitos lugares:

O que acontece é que desde que *Hojarasca* começou, se vende todos os produtos que se retira do sítio. Então, se sobram 10 repolhos prefiro os guardar uns 8 dias, que se pode guardar na geladeira, é preferível guardá-los que dar a um preço menor a algum intermediário [...]. Não importa pra eles que sejam orgânicos, eles não me vão pagar pelo orgânico e aí não vale a pena. Então, melhor trato de deixá-lo para vender outro dia. Não fico nesse empenho, porque não vão me pagar nem a metade do preço que me dão em *Hojarasca*.

Diante de tais circunstâncias narradas acima, em 1996 o Grupo *Hojarasca* alugou um pequeno local para comercializar seus produtos na parte central do município, com um aluguel inicial de 30 mil pesos colombianos. Já conseguiam juntar entre uns vinte produtos diferentes e estavam no terceiro ano de transição agroecológica. A loja abria aos sábados e o grupo ia se alternando de maneira que a cada sábado ficassem duas pessoas diferentes. Carlos ia a cada 20 dias. Esse esquema durou um ano aproximadamente. Depois, decidiram que uma pessoa ficaria permanente aos sábados para evitar que os pedidos feitos em um final de semana não fossem atendidos no seguinte. O entrevistado, então, revela:

Me destinaram para ficar na loja, quem [eles] colocaram [para ficar] permanentemente [na loja] foi eu. Por isso, digo que foram 17 anos na loja todos os sábados, diariamente, diariamente não, semanalmente a cada oito dias. Faz 16 anos, porque o primeiro ano eu tinha que ir a cada 20 dias.

O narrador revela um sentimento de pertencimento ao expor o tempo que está envolvido diretamente com *Hojarasca*. Tal sentimento não é somente em relação à loja em si, mas a tudo que ele construiu esses anos, seus clientes, amigos, seu cotidiano, regras e convenções acerca da Agroecologia que culmina na confiança, porque eles compartilham essas questões. Eles têm esse sítio de pertencimento em comum. Indagado sobre seu sentimento acerca do fato de ter sido escolhido para ficar na loja, Carlos expôs:

Pois, olha, eu gostei porque, não sei, hum...((o entrevistado dá uma pausa)) a gente tem...((outra pausa)) não sei se é carisma que se diz, ou é que se gosta deste tipo de trabalho, de labor, eu gostava muito desse dia. Pois, digamos que nos primeiros meses era como um pouquinho estressante, porque a gente não tinha o segredo para as vendas e os que não eram pacientes de Juan, eram muito exigentes.

Ainda nessa época a aparência dos produtos era diferente, principalmente em relação ao tamanho, havendo implicância por parte de alguns clientes.

Uma série de acontecimentos mudou novamente o rumo das coisas. Don Carlos e sua família na época tinham uma espécie de mercadinho que foi

montado ainda antes dos seus problemas de saúde e, após a experiência com as vacas, ampliaram-no. Então, começaram a aparecer pessoas diferentes, que não eram dali, a fazer grandes compras. Com medo que ocorresse algo, a família decidiu morar no centro de Carmen de Viboral e lá abrir outra loja. Enquanto isso, uma irmã de Don Carlos foi morar em sua propriedade e um trabalhador ficou encarregado de continuar com a horta orgânica, a qual Don Carlos ficaria com a produção, e em troca aquele poderia ficar com o dinheiro da venda do leite.

Quando Don Carlos foi comunicar o Grupo *Hojarasca* sobre sua mudança e que continuaria com as vendas em *Hojarasca*, estes rejeitaram sua proposta e o retiraram da iniciativa. Esse fato, o qual Don Carlos expressa como “falta de solidariedade por parte de seus companheiros”, dificultou ainda mais as coisas para o camponês. Principalmente, porque cada família participante do grupo estava recebendo um apoio financeiro de 135 mil pesos por mês por parte da prefeitura, pois Carmen de Viboral havia ganhado um prêmio como município verde. O auxílio tinha uma duração de seis meses e o grupo estava apenas no segundo mês de recebimento. Don Carlos, um pouco ressentido, conta a situação:

Houve aí algo estranho por parte dos companheiros que me tiraram do grupo e pois... me retiraram também o subsídio, já esse dinheiro já ficou para os outros. Então, sim eu vejo uma falta de solidariedade por parte deles, porque a minha decisão não foi voluntária, mas sim por uma necessidade.

Don Carlos morou seis meses no centro de Carmen de Viboral. No entanto, não conseguiu se adaptar; relata que *o barulho dos carros, as luzes, as pessoas, tudo o incomodava*. Quando em dezembro decidiu voltar: “eu não vou passar o natal aqui [centro de Carmen], eu vou para casa [sítio] fazer o presépio. E vim em meados de dezembro, dia 12, fazer o presépio aqui”. De novo em seu lar, ele conta que procurou o grupo e disse a eles que estava novamente ali e questionou se iriam recebê-lo. Nesse momento, Don Carlos faz uma pausa e comentou: “vê, hoje em dia, desse grupo, eu sou o único que estou... ((pausa)). Então, olha que a vida recompensa a gente em algumas coisas”. De seu discurso, foi possível visualizar as dificuldades pelas quais

passou na época, bem como sua satisfação e gratidão de parecer que a vida tratou de retribuí-lo com tudo que possui hoje.

Ao voltar, Don Carlos conta que seus companheiros admitiram que o retiraram do Grupo para fazer uma “‘terapia de choque’”. Para que eu não ficasse no centro, para que eu voltasse para cá [sítio]. Mas de fato, eu voltei, com ou sem a ajuda deles, com ou sem terapias...”, diz Don Carlos com tom irônico. Durante nove anos, seguiram juntos, abastecendo integralmente *Hojarasca*, fazendo inovações na loja, dividindo o aluguel e realizando as vendas.

Quando o médico Juan se retirou do grupo, três agricultores também saíram da iniciativa, que passou por muitas mudanças estruturais e há 10 anos o grupo se desfez por completo. Don Carlos decidiu manter a iniciativa, mesmo que sozinho, e emocionado verbalizou sobre tal decisão:

Uma coisa que a mim me enche de satisfação, que sempre me sinto, digamos, como que foi ideia minha poder dar continuidade à loja, acreditar na loja. Porque houve momentos muito difíceis em que ou se pagava o aluguel ou se fazia o mercado para a família.

Toda a trajetória aqui narrada mostra uma característica muito importante dos camponeses, que os adeptos da modernização do campo teimam em dizer o contrário, que é a capacidade que os camponeses têm de formar, atuar e transformar seus *sítios* (PERTERSEN, 2009; ZAOUAL, 2006). As respostas para suas dificuldades não vem de cima para baixo, ou seja, externamente em direção a eles, por meio de uma “racionalidade decretada superior” e “científica” (ZAOUAL, 2006, p. 28).

Uma das grandes diferenças entre agroecossistemas que trabalham apenas até o Nível 2 da transição agroecológica⁴⁴ e dos que completam sua transição até o Nível 4 (ver Figura 5), é que eles constroem mudanças em todo seu sistema agroalimentar, promovem a justiça e a equidade em todos os segmentos deste sistema (GLIESSMAN, 2010). Assim, a história aqui narrada,

⁴⁴ Nível o qual a maior parte dos sistemas de produção orgânica industrial trabalha. Para saber mais ler ROSSET (1997) que explica perfeitamente como funcionam tais sistemas e como eles não transformam o atual sistema agroalimentar.

mostra a partir de princípios e sinergismos o surgimento de um sistema alimentar mais sustentável (GLIESSMAN, 2010).

Nesta primeira parte dos resultados e discussão se buscou compreender as condições e os meios pelos quais ocorreu a transição agroecológica, principalmente no que tange o Nível 4 (ver Figura 5) foco principal dessa dissertação, e a base pelo qual se solidificou a iniciativa estudada. O que levou um agricultor aos 40 anos mudar, não apenas todo seu agroecossistema, mas também sua vida por completo. Muitos podem dizer e até mesmo o próprio agricultor diz que foram os problemas de saúde. Mas, este acontecimento foi apenas um fator acelerador, um *start*, dentre tantos outros fatores, que aqui foram descritos e que continuarão a ser explorados na dissertação. Há muitas razões atreladas às motivações individuais e a concretização de mudanças. Como Zaoual (2006, p. 33) afirma:

O sítio é feito de uma caixa preta que contém mitos fundadores, valores, revelações, revoluções, sofrimentos e experiências do grupo humano em questão. É o aspecto simbólico quase sempre oculto das práticas locais (Zaoual, 2006, p. 33).

Don Carlos construiu sua racionalidade situada de acordo com a sua própria caixa preta, a qual contém todas suas experiências e características pessoais e únicas. Tais condicionantes são responsáveis pela construção e permanência de uma nova realidade. A satisfação pessoal e o orgulho que o camponês sente diante de seu projeto de vida se faz perceptível em toda narrativa, fruto da construção da memória carregada de como hoje sente sua trajetória (ACEVES, 2000). O encontro com um novo sítio de pertencimento: Hojarasca, Rena-ser e a Agroecologia, e que não está relacionado diretamente a uma especificidade geográfica ou espacial.

3.2. Hojarasca: Um segundo lar

Pues yo creo que sí, para todo uno tiene que ser arriesgado, por lo menos confiar mucho en lo que está haciendo y esa es la percepción de lo que he hecho.

Carlos Osorio

Hojarasca, atualmente, está em sua sexta sede e se localiza em uma casa de aproximadamente 100 m², alugada, na parte central do município de Carmen de Viboral, tendo uma característica mais familiar. Ela possui um café juntamente com um restaurante orgânico e vegetariano, administrados pela filha mais velha de Don Carlos, uma horta⁴⁵, dois cômodos⁴⁶, uma cozinha, um banheiro, uma sala onde é realizada a comercialização dos produtos agrícolas, e um pátio central. O atendimento do restaurante é feito neste pátio, bem como algumas reuniões e encontros (ver Figura 6 e 7).

Figura 6 – Atual espaço de *Hojarasca*.



Fonte: Arquivo Gabriela Ferreira de Souza, 2013.

⁴⁵ Esta horta é cuidada por Don Carlos e serve de suporte produtivo. Durante a comercialização os atendentes e consumidores colhem produtos frescos na horta.

⁴⁶ Atualmente são utilizados para aula de inglês, música e ioga.

Figura 7 - Café e Restaurante de *Hojarasca*.



Fonte: Arquivo Gabriela Ferreira de Souza, 2013.

Em relação aos produtos agrícolas oferecidos, há duas situações distintas: *Hojarasca* possui venda direta e ao mesmo tempo revende produtos de outros agricultores⁴⁷ que não estão envolvidos diretamente com a iniciativa e com a comercialização aos consumidores, apenas fornecem os produtos (ver Figura 8). A venda direta é realizada pelo próprio Carlos Osorio, o qual a abastece por meio de Rena-ser e seu irmão Francisco com seu sítio *El Piña*⁴⁸, responsável pelo maior volume dos produtos oferecidos no local atualmente.

⁴⁷ Tais unidades de produção utilizam um manejo misto, entre princípios agroecológicos e orgânicos com uso de alguns produtos biológicos, como caldas e/ou extratos para o controle de pragas e doenças.

⁴⁸ Em processo de transição agroecológica.

Figura 8 - Mapeamento dos produtos comercializados em *Hojarasca* e suas origens de produção.

Origem	Destino	Produtos	Pessoas envolvidas na produção	Manejo utilizado ou Características da produção
Sítio Rena-ser (Carlos Osorio - proprietário) - Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Queijo, brotos de alfafe e feijão, iogurte. hortelã, menta, camomila, calêndula, capim limão, lúcia-lima e funcho. Batata, beterraba, cenoura, repolho, ervilha, vagem, rabanete, brócolis, couve-flor, acelga, couve-chinesa, espinafre, aipo, salsa, três variedades de Cucurbitaceae, coentro, pimenta, chuchu, batata yacon, quatro variedades de alface, couve, alho poró, tomate. Abacate, laranja, goiaba. Ovos	Don Carlos e mais um empregado	Manejo agroecológico
Sítio El Piñal (Francisco – Irmão de Carlos Osorio) - Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Goiaba, feijão, vagem, cenoura, coentro, alface, repolho, couve chinesa, brócolis, couve-flor, três variedades distintas de Cucurbitaceae, beterraba, couve, aipo, salsinha, cebolinha, alho poró, rabanete, cebola.	Francisco e mais um empregado	Similar ao sítio Rena-ser, porém, utiliza extratos de alho e pimenta.
Sítio de Seu Orlando - Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Abacate, batata, figos, vagem, phisalis, acelgas, cebolinha, coentro, repolho, favas, beterraba, amora.	Força de trabalho exclusivamente familiar	Manejo orgânico
Sítio de Seu Jorge - Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Tomates	Um empregado sozinho	Cultivado em estufa. Pulveriza três vezes por semana com extratos naturais.
Seu Victor - Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Produtos vegetarianos, pão integral, manteiga de amendoim, geleias de frutas.	Produzido por ele mesmo	Produção caseira. Utiliza ingredientes mais saudáveis.
Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Arepa (comida tradicional da Colômbia, Venezuela e Panamá feita com milho moído).	Patrícia, cozinheira do restaurante de <i>Hojarasca</i> .	Produção caseira.

Município de Rio Negro	<i>Hojarasca</i>	Champignons	Sem informação	Sem informação
Município de Cocorna	<i>Hojarasca</i>	Rapadura em pedra e em pó (amplamente utilizado na cozinha tradicional Colombiana).	Sem informação	Manejo orgânico
Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Pomadas	Filha de Don Carlos	Produção caseira.
Município de San Rafael	<i>Hojarasca</i>	Chocolate (100% cacau, amplamente utilizado na cozinha Colombiana para fazer chocolate quente).	Sem informação	Manejo orgânico
Município de Santa Marta – Serra Nevada	<i>Hojarasca</i>	Folhas de coca para chá	Sem informação	Sem informação
Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Doces	Filha de Don Carlos	Produção caseira.
Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Hambúrgueres vegetarianos	Feitos por Manoel	Produção caseira.
Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Tortas e bolos	Patrícia, cozinheira do restaurante de <i>Hojarasca</i>	Produção caseira.
Município de Carmen de Viboral	<i>Hojarasca</i>	Mel	Produção familiar	Sem informação.

Fonte: Pesquisa de campo 2013, elaborada pela autora.

A comercialização é realizada três vezes por semana (ver Figura 9). Na sexta-feira, ela é feita durante apenas quatro horas, com boas vendas (alguns produtos chegam e estão ainda frescos). O principal dia de vendas para *Hojarasca* é sábado, quando chega o restante dos produtos. A comercialização ocorre durante todo o período, contando com o maior número de consumidores, amigos e famílias que frequentam a casa. O restaurante e o café também ficam abertos durante todo o dia. Dessa forma, muitos clientes fazem a feira e aproveitam para tomar café da manhã e almoçar ali mesmo com seus amigos e familiares. Domingo as vendas são feitas durante somente quatro horas e estas não são muito boas, considerando que quase não há produtos agrícolas. Em contrapartida, é um dia importante para se vender os alimentos perecíveis, que sobraram do dia anterior, além dos clientes irem lá para buscar suas encomendas de sábado e comprar produtos não perecíveis,

como a rapadura, o chocolate, mel, etc. Na Figura 9 se pode observar as atividades semanais de *Hojarasca*, os horários de funcionamento, as pessoas envolvidas, acordos e pagamento pelo uso do espaço.

Figura 9: Atividades de *Hojarasca*.

HOJARASCA				
DIA	ATIVIDADE/SERVIÇO	HORÁRIO	QUEM REALIZA	ACORDO DE USO DO ESPAÇO
Sexta-feira	Comercialização dos produtos agrícolas	16:00 as 20:00	Seu Francisco Don Carlos e mais dois ajudantes	Não aplica
	Palestras	Início 19:00	Don Carlos e sua filha	Não aplica
Sábado	Comercialização dos produtos	09:00 as 22:00	Seu Francisco Don Carlos e mais dois ajudantes	Não aplica
	Restaurante e café	09:00 as 22:00	Filha de Don Carlos e mais duas funcionárias	Paga 100 mil pesos mensais
	Venda de pães e prod. Integrais.	09:00 as 13:00	Uma pessoa	Paga 50 mil pesos mensais
Domingo	Comercialização dos produtos agrícolas	09:00 as 13:00	Seu Francisco	Não aplica
Dias de semana	Aulas de músicas	2x por semana	Músicos de iniciativa própria	Paga 100 mil pesos mensais
Quanto Don Carlos arrecada pela utilização do espaço				250.000 mil pesos
Quanto ele paga de aluguel + despesas de serviços públicos				700.000 mil pesos

Fonte: Pesquisa de campo 2013, elaborada pela autora.

Os produtos elaborados começam a ser preparados desde quinta-feira, por exemplo, a germinação para fazer os brotos de alfafa e feijão, e o queijo. Na sexta-feira são colhidos alguns produtos, mas a grande maioria é feita somente aos sábados de manhã bem cedo antes de ir para *Hojarasca*. Don Carlos e mais duas pessoas⁴⁹ são responsáveis por colher, limpar e ensacar os alimentos. Assim que tudo está pronto, Don Carlos leva os produtos até *Hojarasca* por meio de um ônibus público que o deixa diante do local⁵⁰.

A força de trabalho utilizada nas unidades produtivas envolvidas com a iniciativa é especificamente familiar, mas também é necessária a contratação integral de um trabalhador, como é observado na Figura 8. Esta é a realidade de Don Carlos e Seu Francisco, ambos divorciados e com filhos adultos

⁴⁹ O trabalhador integral que ele possui no sítio e mais uma ajudante que é chamada apenas quando necessário e trabalha por dia.

⁵⁰ Don Carlos paga em média cinco vezes a mais o valor do ônibus para que o motorista o deixe na porta da loja e o ajude a retirar os produtos.

trabalhando com outras atividades. Já no sítio de Seu Orlando, isso não é necessário, porque ele possui 12 filhos, os quais residem com ele e o auxiliam.

Os preços fixados em *Hojarasca* são colocados a partir de duas variantes: o grau de dificuldade em se produzir determinado produto e seu tamanho e peso. Assim, nos produtos que demandam mais trabalho para cultivar, como as solanáceas (tomate e batata), o valor varia entre cem e duzentos por cento a mais em relação ao preço convencional. Porém, no mercado convencional, os preços sempre oscilam, já em *Hojarasca*, eles são constantes. Faz alguns anos que não há uma mudança significativa nos preços da maioria destes produtos e o pouco que variou não encontrou entraves com os consumidores, porque eles “são conscientes da qualidade e sabem também que o orgânico é ainda mais caro nos supermercados”, explica Don Carlos.

A segunda variante é o tamanho ou o peso do produto. Carlos diz que no supermercado convencional a alface é vendida por unidade e é um produto grande e pesado, ao contrário das alfaces vendidas em *Hojarasca* que são menores e mais leves. Assim, quando o produto no mercado é vendido por unidade, ele pega o preço da unidade e coloca referente a 500 g ou ao quilo deste mesmo produto com um acréscimo de 20%. Portanto, uma alface americana convencional que pesa mais ou menos 500 g no supermercado com o valor de 500 pesos, em *Hojarasca*, custará 600 pesos.

No caso dos produtos minimamente processados revendidos no local, como os champignons que são embalados, os pães, mel, chocolate, rapadura, comidas vegetarianas, etc., Don Carlos agrega de 20 a 30% sobre o valor estabelecido pelo produtor. Ainda assim, estes produtos saem mais baratos em sua loja do que nos armazéns convencionais que pagam muito pouco aos produtores e os vendem a alto preço.

3.2.1. Mecanismos de Troca e Reciprocidade

Sabourin (2013) diz que a troca é uma permutação concreta entre bens e objetos, as quais não geram obrigações e nem laços entre os praticantes. Nesse sentido, não ocorrem relações de trocas de produtos em *Hojarasca*. O

que se observa ali são típicas relações de reciprocidade e dádiva. Mauss (1989) apud Sabourin (2013) coloca que a dádiva não reproduz uma ação de troca mercantil, pelo contrário, a dádiva se caracteriza pela doação de um valor imaterial, simbólico, e por isso não pode ser quantificado em dinheiro. Aquele que doa não quer retribuições, quer ser reconhecido pelo valor simbólico que doou. Dessa forma, em *Hojarasca* observaram-se inúmeras relações de dádiva entre produtor e consumidor e vice-versa. Por exemplo, quando um cliente doou uma grande quantia para Don Carlos viajar ao Peru para um Congresso de Agroecologia ou quando diariamente Don Carlos presenteia seus clientes com cafés, chás, sementes, um pouco de plantas medicinais ou até mesmo uma quantia simbólica de algum produto que está a vender. Don Carlos cria um vínculo de admiração por sua produção e seu modo de ser, de estima pelo bem simbólico que proporciona a seus consumidores: saúde e vida. Estes são bens imateriais, simbólicos, sendo os produtos um mero signo material destas coisas imateriais.

3.2.2. Certificação Orgânica

Os processos de certificação orgânica, bem como sua necessidade, são amplamente discutidos e polêmicos na Agroecologia. O que essa experiência tem para colaborar neste debate, bastante controverso, está longe de solucioná-lo, tampouco tem esse objetivo. A discussão que se iniciará aqui colabora com a polêmica acerca do tema e tem como base central os mecanismos de reciprocidade, a teoria da sitiologia e o conceito de soberania alimentar da Via Campesina.

Sabourin (2013) parte da hipótese de que alguns processos de certificação de qualificação podem proporcionar mecanismos de reciprocidade simétrica entre consumidores e produtores, numa relação de troca mercantil, e que este mecanismo tende a criar valores e princípios éticos, como a confiança, a honra, responsabilidade, etc. Muitas vezes, independente de qual tipo de certificação se utiliza, são estes conjuntos de sentimentos e valores gerados entre consumidor e produtor que trazem a legitimidade do processo de

certificação. Entretanto, ainda segundo o mesmo autor, tais mecanismos de certificação também criam condições de exclusão, tanto no aumento dos custos da produção (para agricultor e no aumento final para consumidores), quanto para os produtores que não conseguem atender as exigências nas auditorias, o que os tornam inacessíveis e injustos⁵¹.

Nesse aspecto, a experiência aqui apresentada e o mecanismo de reciprocidade pelo qual seus produtos são certificados demonstram justamente uma alternativa a essa condição de exclusão criada pelos inúmeros processos de certificação, sendo eles por auditoria ou participativa. As produções do sítio *Rena-ser* e demais sítios envolvidos no abastecimento de *Hojarasca* nunca participaram destes processos de certificação. A respeito disso, o proprietário Don Carlos pontua:

“Para vender em *Hojarasca* não me fez falta a certificação orgânica, porque são os mesmos clientes que compram lá que dão esta certificação [...]. Eles mesmos certificam a qualidade dos produtos que eu vendo. Eu vejo que se eu não certifiquei no início [de *Hojarasca*] quando não me conheciam, agora que já me conhecem, tanto a loja quanto o sítio, eu penso que não faria nada, não gostaria um peso em certificação, essa é a verdade”.

Mesmo que fora de *Hojarasca* prevaleçam as trocas mercantis dominantes no mercado, o que torna, em alguns contextos, necessária uma junção destes dois mecanismos – a qualificação do produto com dimensões de reciprocidade e das trocas mercantis (SABOURIN, 2013), Don Carlos não se vê afetado negativamente por esse sistema dominante, pois:

A comercialização que eu faço é muito fechada, é muito local, é muito do sítio *Rena-ser* e de *Hojarasca*. Então não há tanta possibilidade de que eu esteja oferecendo um produto que não saiba quem seja seu produtor. Isto ocorre quando há muitos provedores e a gente não consegue visitar os sítios de onde saem a produção, então, há esse risco de que o estejam mentindo. Mas, como nesse caso é muito local o que se produz, o sítio que agora está produzindo em maior quantidade é de meu irmão e eu vou lá semanalmente, estou ajudando ele com os adubos. A outra produção é de Don Orlando, onde eu o visito há 12 anos, desde que começou a trazer produtos para a loja, eu nunca tive problemas com ele, que estivesse trazendo

⁵¹ Os Sistemas Participativos de Garantia – SPG apresentam também uma alternativa mais viável a estes problemas da certificação orgânica. Porém, ainda assim envolve custos e é necessário o camponês estar organizado em um grupo, o que não condiz com a realidade estudada nesta dissertação.

produção que não fosse orgânica. Nunca tive a necessidade de certificar, porque os mesmos clientes me conhecem, sabem de onde estão saindo os produtos e têm visitado meu sítio.

Dessa forma, os próprios consumidores certificam a qualidade e o manejo adotado nos produtos comercializados em *Hojarasca*. Estes se beneficiam por meio dos alimentos que Don Carlos dispõe, os quais atendem requisitos de frequência, qualidade, preço justo, atenção e atendimento diferenciado. Essa relação simétrica de reciprocidade possibilita a estabilidade da iniciativa, na qual cada um pode dar continuidade às suas atividades e modos de vida. Tal relação vai muito além da permuta ou da troca, é um ato reflexivo entre os consumidores e produtores e resulta numa relação reversível (SABOURINN, 2013).

A venda direta baseada no encontro entre o produtor e o consumidor origina relações humanas específicas. Existe uma relação de troca monetária, mas esse contato direto que este tipo de venda propicia, permite redobrá-la por uma relação de reciprocidade binária (o cara-a-cara) gerando valores afetivos como conversas e explicações em torno dos produtos, do trabalho, dos processos, mas também da vida social, da família ou da política. Além da afetividade, essas relações geram também valores éticos, como lealdade, respeito, reconhecimento, confiança e até fidelidade e amizade (SABOURIN, 2013).

Já em relação aos produtos que *Hojarasca* revende (ver Figura 8), estes circuitos curtos de comercialização socialmente controlados também fazem parte destas interfaces e colaboram na geração de valores afetivos e éticos.

Quando a relação direta não é possível, existe a possibilidade da intermediação qualificada e interpessoal: a corretagem. O corretor permite estabelecer uma relação de *reciprocidade ternária* com o produtor e os consumidores, mediante o interconhecimento e informações privilegiadas sobre a qualidade do produto e do produtor (DARRÉ, 1994). Esta estrutura corresponde a uma relação de reciprocidade que, se for simétrica ou equilibrada, produz valores como a responsabilidade, a confiança e, sobretudo, a reputação (do produtor como do corretor) que leva ao prestígio (SABOURIN, 2013, p. 193).

Nesse sentido, *Hojarasca* também possui este caráter de reciprocidade ternária, pela qual Don Carlos e demais vendedores fazem a intermediação qualificada, falando sobre os produtos e seus produtores.

Carlos acredita que em algum momento oferecerão a ele esta certificação com o objetivo de ampliar a comercialização, por exemplo, levando os produtos a Medellín⁵². Ele diz que não pensaria tanto em exportar, mas vender dentro do próprio Estado. No entanto, deixa claro que seria um segundo plano, caso não pudesse mais continuar com *Hojarasca* e não tivesse que pagar absolutamente nada pela certificação, pois a venda local e direta é sua prioridade. Finalizando, ele termina dizendo que:

Até agora vejo que não a necessito [certificação], mas não é que não me interessa, é que não preciso. São duas visões diferentes, me interessa sim, mas se tivesse que tirar dois milhões de pesos⁵³ para pagar uma certificadora, nunca faria. Mas também não me nego a fazê-la. Porque, eu tenho aqui o aval de confiança dos meus clientes. Mas, se se amplia a produção [comercializada em *Hojarasca* provinda de diferentes produtores], não se vai ter mais a mesma confiança.

A certificação orgânica é mais adequada para a comercialização agroexportadora ou de longas cadeias de comercialização, onde os valores gerados pelos possíveis mecanismos de reciprocidade simétricos não são construídos devido às características interpessoais destas longas cadeias e da impossibilidade de construir relações de confiança, amizade e valores éticos. Desse modo, quanto maior a relação mercantil e suas distâncias, mais necessária é a criação de mecanismos rigorosos de controle para a inspeção do processo como um todo. Zaoual (2006. p. 76) explica o fenômeno quando diz que:

O mercado se afoba, gerando oportunismo e egoísmo, e até incerteza paralisante. Com efeito, quando o universo em questão se uniformiza com base em um cálculo egoísta, prolifera o engano, a estratégia, a manipulação, as migrações clandestinas. [...] Segue a suspeita, a perda de confiança. [...] A extrema mercantilização gera uma sociedade paranoica e uma perda de balizamentos cognitivos. Ora, confiança e pertencimento constituem os primeiros ingredientes do

⁵² Capital do Estado de Antioquia que fica somente a 60 Km de Carmen de Viboral, uma viagem de aproximadamente 1 hora e 30 min devido o relevo montanhoso.

⁵³ O que equivale aproximadamente R\$ 2.300 reais.

dinamismo de toda organização ou sistema econômico, assegurado por uma cultura compartilhada, além de qualquer cálculo (ZAOUAL, 2006, p. 76).

Em contrapartida, esses mecanismos de controle são quase ou totalmente inúteis, porque ainda são as pessoas que os criam, controlam e inspecionam, e estas são vulneráveis ao erro, à manipulação e às próprias relações de poder. Um processo semelhante a este ocorreu na Europa em 1994 com o surto da “vaca louca” (encefalopatia espongiforme bovina) e depois em 2011 com a epidemia de *E. coli*. Nestes dois episódios os mecanismos de qualidade sanitária industrial falharam o que levou a uma nova discussão e redefinição sobre o termo *qualidade* na União Europeia (WINTER, 2003).

Sabourin (2013, p. 191) alega que “convêm que o processo de certificação não constitua um novo fator de exclusão social ou econômica”. Convindo ou não, ele o é por seus inúmeros fatores. No que tange a experiência de Don Carlos, mesmo que ele tentasse um sistema de certificação participativa, encontrar-se-ia excluído e impossibilitado frente ao isolamento social que enfrenta em sua região. É por isso que a venda direta e local com mecanismos de reciprocidade simétricos, geradores de relações e de sentimentos de pertencimento por si só, pode excluir a necessidade desses processos institucionalizados de certificação, voltados principalmente para o agroexportador orgânico, que traça um caminho contrário ao da soberania alimentar. A comercialização direta e local é mais adequada a vida e as condições dos camponeses e geralmente os proporcionam maiores vantagens diante do exposto.

A reciprocidade pode existir em determinadas circunstâncias e pode, a partir do desencadeamento de novos acontecimentos, não existir mais - por exemplo, a quebra de confiança, da reputação ou a decepção (SABOURIN, 2013). Na experiência relatada, tal possibilidade traria grandes consequências a iniciativa, visto que são justamente estes valores que constituem o fator de estabilização da própria iniciativa.

A comercialização de alimentos não pode ser reduzida e restringida às regras do mercado capitalista (SABOURIN, 2013). O estudo da sitiologia mostra que a racionalidade econômica, como tal, é limitada, senão totalmente

equivocada, para a compreensão das diferentes realidades. A racionalidade econômica, não leva em consideração inúmeros aspectos da vida social que está longe de ser movida somente por princípios econômicos, ditos “racionais” e puramente egoístas (ZAOUAL, 2006).

A contradição aqui encontrada é: por que é necessário unir sistemas de certificação com os valores gerados a partir de mecanismos simétricos de reciprocidade em situações em que a comercialização é local e direta? Não são os próprios valores de honra, reputação e responsabilidades, tão bem descritos por Sabourin, que permitem a reprodução e a legitimidade, por assim dizer, da continuidade das iniciativas?

Quando a comercialização é feita dentro do próprio *sítio*, o vínculo entre produtor e consumidor *pode* ser fortalecido, ou seja, existe um maior potencial para que ele seja construído. Não quer dizer que de fato seja ou que será. Zaoual (2006) afirma que o conjunto de crenças compartilhadas revelado no *sítio* se encarrega de controlar os excessos da concorrência e da inveja. Por mais difícil que seja dizer que isto é uma certeza, uma inferência, todavia, pode ser feita: o casamento entre cadeias longas de comercialização e a mercantilização extrema gera em seu seio a desconfiança e a dúvida.

3.3. Traçando caminhos: Fatores preponderantes

A memória guardará o que vale a pena. A memória sabe de mim mais que eu; e ela não perde o que merece ser salvo.

Eduardo Galeano

Nesta seção serão identificadas as principais particularidades que impulsionaram e possibilitaram a concretização da comercialização direta e local. Os fatores-chave aqui discutidos englobam tanto as condicionantes que possibilitaram que Don Carlos realizasse a transição agroecológica, como aquelas que permitiram a formação de seu sistema de comercialização.

Encontraram-se três fatores-chave⁵⁴ na iniciativa, que são: o acesso ao transporte, receber apoio e a personalidade do próprio camponês de tomar iniciativas.

3.3.1. Transporte

Uma das maiores causas da pobreza no meio rural é a falta de serviços básicos à população. A mobilidade em áreas rurais por meio de transportes públicos ainda é um desafio até mesmo em países mais avançados. A falta de transporte público é diretamente relacionada à qualidade de vida de uma população, que fica com acesso limitado a serviços de saúde, educação, recreação e comércio (MESCHIK; METH, 2008).

O problema afeta diretamente agricultores em áreas rurais que dependem dos serviços de transporte público, muitas vezes limitado ou inexistente em suas localidades, para comercializar seus produtos. Com a ausência de transporte público adequado, só existe a opção de transporte próprio, o que aumenta os custos e pode inviabilizar a comercialização para pequenos agricultores que trabalham com vendas semanais, com maior frequência e com alimentos mais perecíveis. Já agricultores associados ou cooperados têm maiores vantagens para criar e organizar um sistema de transporte mais acessível ao grupo, tanto para facilitar a aquisição de veículo, quanto para diminuir os custos de manutenção.

A *Vereda La Milagrosa*, na qual se localiza a unidade de produção estudada, conta atualmente com serviço de transporte público articulado ao transporte escolar, ou seja, seus horários de funcionamento em dias úteis são elaborados a partir das aulas escolares. Contudo, a frequência de algumas rotas, mesmo a principal (*La Milagrosa – Centro*) ainda é baixa, com apenas

⁵⁴ Não foram incluídos os recursos produtivos, porque se considera que tais não constituem fatores-chave. Os fatores produtivos são obrigatórios, sem eles não há produção. Como Savia (2014) explica: os camponeses, privados dos recursos produtivos básicos, como terra, água e sementes não conseguem produzir para sua subsistência, muito menos para alimentar a população. O mercado global tem transformado esses recursos básicos em *commodities*, redesenhando o atual mercado agrícola alimentar (PLOEG, 2010). Este redesenho e formação dos chamados Impérios Alimentares vão contra a autonomia dos camponeses, já que ela é criada através da co-produção entre homem e a natureza (PLOEG, 2008).

um horário durante a semana, exceto aos sábados, domingos e segundas-feiras, que possuem dois horários diários.

Tal transporte permitiu que Don Carlos conseguisse levar seus produtos semanalmente ao povoado para comercializar. Porém, no início da experiência, isso não ocorria no horário que ele necessitava, obrigando-o a pagar sozinho o valor integral do transporte, como se alugasse o ônibus exclusivamente para levá-lo ao povoado. Com o passar do tempo, aumentou a demanda por este horário e, atualmente, ele ainda paga um valor cinco vezes maior⁵⁵ do que a passagem comum; pois o motorista, ao final do percurso, desvia de seu itinerário e deixa Don Carlos em frente a *Hojarasca*, ajudando-o a retirar os produtos do ônibus.

Essa flexibilidade e capacidade de negociação observadas neste agricultor são muito importantes para o sucesso da iniciativa, pois sempre surgirão desafios no que tange aos fatores-chave e vai depender da capacidade dos agricultores de criarem novas condições para se adaptarem⁵⁶ e buscarem alternativas. No caso da ineficácia do transporte público rural, é preciso que os agricultores se articulem para encontrar alternativas para suas demandas de mobilidade, enquanto se reivindica institucionalmente tais serviços.

3.3.2. Apoio

A transição agroecológica é um processo longo que pode levar de três a cinco anos, dependendo do tipo de cultura produzida (GLIESSMAN, 2009). Durante esse período, ocorre a regeneração do agroecossistema que, no entanto, ainda não possui as interações biológicas e sinergias necessárias entre seus componentes para proporcionar serviços ecológicos, como por exemplo: controle biológico de pragas, reciclagem de nutrientes, conservação da água e do solo (ALTIERI; NICHOLLS, 2013). Com isso, frequentemente os

⁵⁵ A passagem (unidade) é de 2.000 pesos colombianos e Don Carlos paga 10.000, equivalente a R\$ 2,60 e R\$ 13,00 respectivamente.

⁵⁶ Nesse sentido, é importante ter em mente a aproximação que pode existir entre “se adaptar” e “se subordinar” a determinada situação.

produtores têm uma redução no rendimento e, por consequência, as dificuldades econômicas se agravam (GLIESSMAN, 2009). Agregada a essa problemática, há necessidade de se estruturar um novo sistema de comercialização, adaptado à nova conjuntura.

Nessa perspectiva, Don Carlos ressalta a importância do apoio de dois sujeitos nesse período: sua companheira na época em questão e o médico Juan. Salieta ainda que o apoio do médico foi econômico, moral e de formação, haja vista que ele não só diagnosticou o problema de saúde de Don Carlos como também o apresentou à agricultura biodinâmica, uma alternativa viável e mais digna que o agricultor poderia traçar dentro de sua própria conjuntura.

Sob tal aspecto, Van der Ploeg (2008, p. 289) afirma que “a resistência do campesinato reside, acima de tudo, na multiplicidade de respostas⁵⁷ continuadas e/ou criadas de uma nova forma para confrontar o Império como principal modo de ordenamento”. A partir desse ambiente hostil, com tão poucos recursos e conhecimento, Don Carlos, com apenas um hectare, foi criando suas respostas e iniciando sua luta por autonomia graças ao apoio essencial desses dois sujeitos.

Ainda⁵⁸ em relação ao apoio econômico, o entrevistado conta que “a relação [com o médico] foi sempre muito importante, foi um apoio moral e econômico também. Sim, um apoio de conhecimento e econômico. Inclusive não cobrando as consultas”. O médico, além de vender os produtos em Medellín, comprava todo o excedente, conforme narração de Don Carlos: “nos momentos difíceis era ele que pagava o aluguel de *Hojarasca*”.

Muito do manejo que o camponês utiliza foi ensinado pelo médico, por exemplo, tecnologias como secador solar para plantas medicinais, homeopáticas e alimentação animal, além da confecção de queijos, shampoos, pomadas, iogurtes, entre outros. O médico incentivou a produção e a comercialização, buscou novos consumidores, pensou nas estratégias que

⁵⁷ Ploeg faz uma nota acerca do que entende por multiplicidade de respostas, explicando que se refere a campos de ação específicos onde são construídas respostas concretas, e também aos atores sociais reais que criam, desenvolvem e implementam essas respostas.

⁵⁸ Mesmo correndo risco de ser repetitiva com a importância dada ao médico, isso se faz em decorrência do próprio narrador, que durante as entrevistas trouxe tal perspectiva.

melhorariam as vendas e buscou resolver alguns problemas que *Hojarasca* estava passando naquela época. Don Carlos diz que naquele tempo:

A ajuda do médico foi primordial, pelo conhecimento que ele tem, pelo impulso [...] tanto para o sítio como para *Hojarasca*, a mudança que ele fez foi decisiva. Porque foi quem trouxe os clientes com sua sabedoria e seu conhecimento de médico. Quando ele ia a cada vinte dias em *Hojarasca*, se enchia de gente e se vendia o dobro. Porque, todos iam à consulta ou conversar com ele. Então, ele é essa figura que todo mundo quer estar perto.

No entanto, a participação e o apoio que Don Carlos recebeu do Grupo *Hojarasca* não foi a mesma recebida por Juan. O entrevistado explica que a relação com o grupo era:

Como entre comerciantes que trabalham juntos, mas que a qualquer oportunidade eles podem aproveitar isso para benefício próprio. Se alguém queria comprar ovos por fora, eles vendiam. Como havia que dar 10% da venda para o aluguel de *Hojarasca*, se desse para vender por fora para não deixar essa porcentagem para a loja, eles faziam.

Eles tinham uma racionalidade econômica, não uma racionalidade situada. Dessa forma, Don Carlos e os demais do grupo não compartilhavam o mesmo sítio de pertencimento, compartilhavam apenas um espaço e uma atividade. Apesar do apoio que Don Carlos encontrou nesses anos, também se constatou como ele sente falta de estar com pessoas que compartilhem os mesmos princípios e desejos que ele. Alguém que esteja na mesma sintonia, que tenha a mesma filosofia de vida, ou seja, que tenham um sítio de pertencimento em comum e que estejam próximos no espaço. Em diferentes situações durante a pesquisa, vislumbra-se este sentimento. Esse isolamento social que o camponês enfrenta é tanto no que tange à produção e o seu sítio, quanto em *Hojarasca*. Até mesmo com o Grupo *Hojarasca*, o sentimento de unidade não se concretizou. Ainda que quando o entrevistado fez a avaliação atual de *Hojarasca*, narrou a importância do grupo como tal, referindo-se a *Hojarasca* como *integral*⁵⁹, em determinadas partes de seu discurso

⁵⁹ Para compreender melhor esta relação ler a “Autoavaliação de *Hojarasca*” por Carlos Osorio no Apêndice A.

encontramos elementos que contradizem tal afirmação. Em certo ponto da entrevista, Don Carlos esclarece em que parte tal unidade não se concretizou:

Para eles [Grupo *Hojarasca*] era um ponto onde podiam vender seus produtos. Não o que é nesse momento para mim, um lugar quase sagrado, é como meu segundo lar. Eles não tinham essa afinidade com essa loja, era simplesmente um lugar onde levar seus produtos.

Como supracitado, a companheira de Don Carlos daquela época teve um papel fundamental durante a transição agroecológica. Como a transição ocorreu por conta do seu problema de saúde, o médico disse que todo o sítio deveria ter o mesmo manejo, sem agroquímicos em nenhuma parte. Assim, a interrupção foi feita imediatamente após o diagnóstico. Neste processo, Don Carlos explica que sua esposa não só o apoiou, como também iniciou a própria transição:

Minha esposa ajudou muito, foi ela que colocou o primeiro canteiro [de hortaliças orgânicas], e consultou com o médico [agricultor biodinâmico] primeiro que eu. [...] Ela que trouxe as minhocas vermelhas⁶⁰ para fazer adubo, húmus de minhoca.

Inclusive, ela começou a assistir as primeiras reuniões do grupo de agricultura biodinâmica e como ia às consultas, já aproveitava para ficar nas reuniões, o que ajudava muito Don Carlos. Durante a entrevista, o camponês demonstra como foi realmente importante ter o apoio dela nesta transição e a gratidão que sente ao dizer que:

Eu era muito cético [em relação] à agricultura orgânica porque não a conhecia. Além do que, se houvesse rejeição da minha esposa, teria sido pior. Mas não, no início eu tive o consentimento dela e foi ela que me motivou. [...] Assim, quando comecei a falar com Juan [...] aí comecei a ver uma luzinha.

Dois grandes pilares de força encontraram-se no mesmo momento e numa época muito difícil, unindo forças. Assim, sua companheira e o médico tiveram grande contribuição a inserção de Don Carlos na Agroecologia. Embora tenha faltado apoio institucional e governamental neste cenário, houve

⁶⁰ Minhoca Californiana usada para compostagem.

amplo apoio moral e estrutural neste importante período de transição, no qual muitos camponeses desistem.

3.3.3. Iniciativa

Apesar do problema de saúde que Don Carlos apresentou e da proibição de continuar utilizando agrotóxicos, ou seja, de continuar com a agricultura convencional, ele não era obrigado a fazer, a parar. Todavia, ele teve a iniciativa de fazer tal mudança de forma radical, pois, como ele mesmo frisou: “era cortar [com os químicos], viver ou desaparecer. Aqui foi dessa forma, simplesmente um dia cheguei e, bom, aqui já é gado e aqui vai ser horta”.

A mesma iniciativa que fez Don Carlos interromper o trabalho com a agricultura convencional o fez entrar numa busca incessante por seu lugar, pelo que estava reservado a ele, a atividade que cabia a ele fazer. Ele estava em busca de seu sítio de pertencimento. Sempre com iniciativa de continuar, de tentar e fazer novas mudanças se necessário. Assim, passou por algumas atividades distintas até encontrar a estabilidade na produção agroecológica e na sua loja *Hojarasca*. Portelli (1997, p. 16), em sua afirmação de que “cada pessoa é um amálgama de grande número de histórias em potencial, de possibilidades imaginadas e não escolhidas”, remete-nos a essa busca dentro da infinidade de possibilidades que o entrevistado narrou da seguinte forma:

Por isso foi [a tentativa] do leite, por isso foi o do mercadinho em casa, por isso foi a ida ao povoado. Então, isso foi assim, como é que se chama? Como essa busca para ver onde era que realmente eu ia ficar, qual era o meu lugar, o que era para ser meu.

Após esse período de busca, quando já estava mais estabilizado no sítio e com a comercialização em *Hojarasca*, Don Carlos continuou com grandes iniciativas, tomando suas próprias decisões a partir do que acreditava ser correto. Cada decisão mudava sutilmente o rumo das coisas. Resoluções como voltar a morar no sítio, voltar a participar do Grupo *Hojarasca*, negociar uma alternativa de transporte para comercializar seus produtos, são exemplos de tais mudanças.

Mesclado à iniciativa, percebe-se, em alguns casos, a persistência do entrevistado. Este verbaliza que teve que fazer grandes sacrifícios para manter a loja sozinho. Esta foi uma decisão muito importante e difícil de tomar. Após a desistência de todos do grupo, restou a Don Carlos decidir continuar ou não com *Hojarasca*.

O camponês, diante desse novo contexto, precisou agir para recuperar, novamente, sua autonomia até então conquistada, que diante desses acontecimentos ficou vulnerável e ameaçada. O grau de autonomia que hoje ele possui é uma construção ativa e dinâmica entre as respostas que ele criou, o ambiente anteriormente definido e posteriormente criado. Don Carlos comenta sobre tais decisões que precisou tomar e como as compreende diante de sua realidade:

[...] Não me arrependo em nenhum momento de havê-la feito, foi a melhor opção. Se eu não tivesse esse ponto de venda, tampouco teria o sítio produzindo, porque é onde vendia. É como dois filhos que a gente não pode escolher qual dos dois ama mais, uma coisa leva a outra. Caso tenha que decidir, sacrifico a loja, porque o sítio é onde eu vivo e é meu, mas a loja não. Mas sem um ponto de venda, o sítio também vai perder muito, não vai valer a pena cultivar muito, porque não terei a quem vender e se não se cultivar, o que as pessoas⁶¹ vão vir olhar?

O agricultor poderia cultivar para subsistência, mas seria somente cultivar para se alimentar, o que excluiria todas as relações que ele construiu ao longo desses anos. A todo momento é feito um balanço por parte do camponês que avalia os componentes de suas respostas, o ambiente que se formou e ainda pode se formar. Essas atividades que ele cita acima foram suas respostas diante de inúmeros acontecimentos. Van der Ploeg (2008, p. 285) explica esse processo perfeitamente ao dizer que “um dos aspectos típicos da condição camponesa é que as respostas se desenvolvem através da construção de uma base de recursos que permite a coprodução entre o homem e natureza”.

⁶¹ Don Carlos se refere aos grupos de estudantes e agricultores que semanalmente fazem visita-guiada em seu sítio e que hoje é uma das maiores entradas econômicas que ele tem ganhado.

É interessante observar que o processo de aprendizado ativo entre Juan, Don Carlos e sua esposa na época, não foi meramente de estender conhecimentos ou informações de um ser “cheio” para um “vazio”, como a clássica extensão rural. Os três desenvolveram um processo de construção do conhecimento e de comunicação emancipatória (FREIRE, 1983). Assim, Freire (1983) conclui que:

Deste processo, advém um conhecimento que é crítico, porque foi obtido de uma forma autenticamente reflexiva, e implica em ato constante de desvelar a realidade, posicionando-se nela. O saber construído dessa forma percebe a necessidade de transformar o mundo, porque assim os homens se descobrem como seres históricos (FREIRE, 1983).

A transição agroecológica estudada aqui não foi um caminho traçado sozinho e por si só autônomo. Percebe-se que nesta trajetória a presença de duas pessoas foi mais que chave para a concretização da iniciativa e para o conhecimento agroecológico que o sujeito estudado construiu. Tampouco se pode afirmar que graças ao apoio foi possível realizar tais mudanças, porque de fato o apoio sem iniciativa própria (e aqui se remete não somente a iniciativa própria que Don Carlos sempre teve, mas também de sua esposa que teve um papel precursor neste processo) não concretiza por si só mudanças.

3.4. Do respeito à honestidade: Diálogos entre produtores e consumidores

Yo siempre he dicho que para poder hacer un cambio hay que ter voluntad de cambiar, es como un alcohólico que para regenerarse tiene que tener voluntad de hacerlo.

Carlos Osorio

Apresentam-se aqui as estratégias criadas por Don Carlos e alguns colaboradores para solucionar e/ou contornar as dificuldades que surgiram durante o ato da venda direta em *Hojarasca*. O termo estratégia não é o mais adequado para designar certas atitudes ou mecanismos porque ele pode

apresentar um sentido mercantilista (por exemplo, quando usado em *marketing* e na administração) ou maquiavélico, estrategista.

Zaoual (2006, p. 69) explica as limitações das definições de certos termos e alerta que se as alternativas a este sistema (economicista) não criarem novas definições e novos nomes para explicar os fenômenos que não se encaixam no reducionismo da economia, elas “não transcenderão o paradigma do progresso”. Fatalmente,

Todos os conceitos que utilizamos estão impregnados da civilização econômica do capital. Em certos textos, apontamos a ambiguidade que transmite o vocabulário proliferante das alternativas que estão se desenhando. Não basta acrescentar qualificativos como *local, sustentável, social, solidário*, justo a categorias pertencentes a seu paradigma, como desenvolvimento, economia, comércio, democracia, etc. para encontrar uma verdadeira visão paradigmática da alternativa às práticas desse sistema (ZAOUAL, 2006, p. 69).

Aqui, a palavra estratégia não foge à regra. O que para o paradigma dos *sítios* é interpretado como múltiplas dimensões da existência humana e da diversidade das práticas locais, senso de inovação e posicionamento ético, sob o paradigma da economia de mercado e ciência reducionista, as ações que esse agricultor toma e como ele interage socialmente não passam de estratégias para vendas.

A Don Carlos também faltou uma palavra mais adequada para expressar suas ações. Este fato ficou claro quando ele falou sobre a importância de se ter uma relação próxima com o cliente e como conseguiu construir tal relação:

[...] e tem sido uma boa estratégia, estratégia não, porque tem sido uma coisa de coração, mas tem dado resultado porque eles [os clientes] são cada vez mais comprometidos com a loja, mais solidários.

Nesse sentido, apesar deste conflito na terminologia, foram perceptíveis dois grupos diferentes de estratégias (ver Figura 10). O primeiro é composto pelas inovações e características peculiares da experiência que não se originam a partir de dificuldades ou de problemas, mas sim da sensibilidade que Don Carlos possui em perceber o que os clientes necessitam. O segundo

grupo de estratégias se origina a partir de problemas concretos enfrentados nesses 17 anos e foi criado com o objetivo de solucioná-los.

Figura 10 - Grupo de estratégias para o fortalecimento de *Hojarasca*.



Fonte: Pesquisa de campo 2013, elaborada pela autora.

3.4.1. Estratégias de prevenção

Em relação ao primeiro grupo, Don Carlos utiliza três tipos de estratégias: a) a diversificação dos produtos em *Hojarasca* e de seu espaço físico, e da produção de *Rena-ser*; b) a articulação de horários de atendimento; e, por último, c) a sua participação e autopromoção em eventos da área. Tais características serão discutidas a seguir:

a) Diversificação: Uma das dificuldades dos canais de comercialização informais de alimentos agrícolas é os agricultores conseguirem disponibilizar uma variedade considerável de alimentos. A diversificação dos produtos é muito importante em questões de praticidade, já que a maior parte das pessoas está cada vez mais sem tempo. O consumidor não quer ir a vários mercados diferentes a fim de conseguir o que deseja (HJELMAR, 2011). Mesmo que queira comprar alimentos com qualidade diferenciada de acordo com seus princípios, se ele não encontrar o que necessita nestes mercados diferenciados, continuará indo a grandes varejistas convencionais para

complementar suas necessidades (HJELMAR, 2011). Por isso, os supermercados são tão práticos.

Independente da modalidade de comercialização que os camponeses forem adotar (feiras, lojas próprias, sacolas, etc.), o princípio da diversificação dos produtos é essencial para facilitar o cotidiano de seus consumidores e garantir a fidelidade. Don Carlos percebeu rapidamente isso quando começou a comercializar seus produtos ainda com o Grupo *Hojarasca*. Ele explica: “a gente não pode chegar [na loja] um sábado só com batatas, o outro sábado só coentro e cenoura, mas sim tem que levar um mercado completo”.

No início, quando *Hojarasca* ainda era um grupo, cinco produtores diferentes abasteciam a loja, o que lhe conferia tal diversificação. Porém, após o rompimento do grupo e a continuação de *Hojarasca* apenas com Don Carlos como único produtor, esta mudança poderia resultar na insatisfação e conseqüentemente, diminuição de seus clientes. Para tanto, ele buscou produtos agrícolas com outros produtores que pudessem ser revendidos em *Hojarasca*, já que para ele sozinho seria difícil proporcionar tamanha diversidade e quantidade. *Hojarasca*, além de ser uma iniciativa local onde se realiza venda direta, passou também a revender alguns produtos⁶². Don Carlos seleciona cuidadosamente o que vai ser revendido, para que a iniciativa continue com os princípios ecológicos, éticos e sociais que ele tanto preza.

No entanto, apenas encontrar alguns provedores e revender os produtos não seria suficiente para suprir a demanda dos seus consumidores, ainda mais depois do rompimento com o grupo. Com isso, ele começou a diversificar ainda mais seu sítio Rena-ser e a aumentar sua produção. Ele conta que, ao longo desses 17 anos, sempre foi a loja que o levou a produzir alimentos em maior quantidade e maior variedade. Caso Don Carlos não houvesse diversificado seu sítio e também *Hojarasca*, provavelmente teria perdido muitos de seus clientes. O manejo agroecológico realizado por ele permitiu tal diversificação.

⁶² O acordo em relação à revenda destes produtos pode variar. Em casos de produtos in natura, Don Carlos acrescenta 25% do valor que o produtor coloca. Já produtos minimamente processados ou elaborados, esta quantia passa para 30%. Há situações que ele também recebe produtos em consignação ou arrecada uma quantia fixa semanalmente (ver Figura 8 e 9). Em todos os casos, tais quantias são destinadas ao pagamento das despesas de *Hojarasca* e em nenhuma ocasião o proprietário compra a produção dos demais agricultores.

Tanto a diversificação dos produtos disponíveis em *Hojarasca* quanto da produção de Rena-ser proporcionaram uma amplitude de produtos na loja (ver Figura 8), o que permite que seus consumidores consigam em um único local quase todos os alimentos necessários para suas refeições diárias, com exceção das carnes.

A diversidade do espaço físico, diferente do que foi anteriormente discutido, não foi tão planejada. Apesar de Don Carlos sempre ter idealizado um espaço como o que tem atualmente, essa é a sexta sede de *Hojarasca* e, entre todas, a mais confortável e que de fato oferece distintos espaços e ambientes para recreação e atividades. Don Carlos tenta conciliar os dias de vendas com o funcionamento do restaurante, do café, das reuniões, palestras e atividades educativas das quais participa ou que são oferecidas no mesmo espaço (ver Figura 11). Fora desses horários, ele também cede o espaço para algumas aulas de ioga, inglês e música (ver Figura 11a) com o intuito de complementar o valor do aluguel que é bastante alto.

Esse espaço diferenciado de *Hojarasca* lhe dá uma característica multifuncional, que atende aos diferentes anseios e necessidades de seus consumidores, amigos, família e frequentadores.

b) Planejamento e articulação dos horários: Não é apenas o tempo dos consumidores que está cada vez mais escasso, os produtores também estão constantemente se envolvendo com um grande número de atividades e trabalhos distintos. Assim, com a impossibilidade de abrir *Hojarasca* todos os dias, Don Carlos percebeu a importância de se planejar e articular os horários de comercialização da loja. Constatou-se que os horários de funcionamento de *Hojarasca* podem ser organizados em:

- Horários adaptados aos clientes: por exemplo, para quem trabalha durante os dias de semana, nos principais horários de saída dos trabalhadores, para quem viaja para fora de Carmen ou vai a Carmen aos finais de semana e para os consumidores que dependem de transporte público, já que os horários de ônibus em zonas rurais não são muito flexíveis;
- Qualidade dos alimentos: o dia de venda tem que ser bem articulado com os dias que chegam os produtos, principalmente *in natura*, para que estejam

frescos na comercialização e para não haver a necessidade de armazenamento e refrigeração;

- Venda de alimentos excedentes: sempre sobra um pouco dos produtos perecíveis, então é interessante pensar em que momento serão vendidos, levando em consideração que não podem ser armazenados durante muito tempo;

- Atividades concomitantes à venda em *Hojarasca*: conjugar algumas atividades no mesmo horário em que são comercializados os produtos, tais como restaurante, café e ações culturais, permite que o local atraia mais clientes e frequentadores, aumenta a permanência destas pessoas no local, ajuda a aprimorar seus tempos e dá movimento a loja. Don Carlos conseguiu, com a ajuda de seu irmão, Francisco, articular esses fatores e o resultado pode ser observado na Figura 9.

Figura 11 - Atividades sincronizadas em *Hojarasca*: a) aulas de música; b) visita de um grupo de camponeses; c) atividade cultural; d) comercialização de produtos agrícolas⁶³.



Fonte: a) Blogspot⁶⁴; b) Gabriela Ferreira de Souza, 2013; c) Facebook⁶⁵ e d) Gabriela Ferreira de Souza, 2013.

⁶³ Arquivo Alejandro Henao Salazar, 2013.

c) Participação e Autopromoção: Na história de *Hojarasca*, quase não se observa de fato ajuda institucionalizada. Na época em que havia o grupo, eram praticamente os próprios integrantes que davam suporte uns aos outros, sendo que Juan era o que mais ajudava. Houve poucas mudanças daquela época para hoje. Don Carlos contou com pouquíssimo apoio governamental para seu crescimento e divulgação. Ele necessitou aprender por conta própria como promover seu sítio agroecológico Rena-ser e sua loja *Hojarasca*, bem como fazer contatos e buscar pessoas que pudessem apoiá-lo nesse processo.

Ele percebeu a importância de estar presente em atividades relacionadas às dele, como por exemplo, atividades agroecológicas, mercados campestinos e, posteriormente, até mesmo espaços acadêmicos. Don Carlos explica que estar pessoalmente nesses locais é prioridade e que:

Sempre aceito os convites para participar de alguma feira, se não posso participar, pelo menos mando produtos. De todas as maneiras, isso também é uma maneira de participar, não pessoalmente, mas mandando produtos. Por exemplo, este domingo anterior houve um mercado na sede de Redes de Biocomércio, tem umas dispensas onde canalizam toda a produção que mandam dos municípios e há uma feira. Mas eu não podia, tinha outra atividade, compromisso, então não pude ir pessoalmente, mas sim enviei os produtos. Então, sempre estão convidando a gente para ir a feiras, mas às vezes não compensa, pelo transporte mais que tudo. Tem vez que não é tão comercial, não é venda, mas, mais divulgação ou propaganda. Bom, se eu estivesse sempre disponível aceitaria sempre estes convites.

Don Carlos demonstrou ser bastante flexível a respeito disso, porém, reafirmou: “Mas eu gosto mesmo é de ir pessoalmente com minhas coisas, a gente acaba fazendo muitos contatos, promovendo o que leva, fazendo a propaganda, assim é melhor, eu gosto mesmo de fazer as coisas pessoalmente”.

Além de *Hojarasca*, que constitui o principal circuito de comercialização de Don Carlos, ele participa também do Mercado Campesino que ocorre nos últimos domingos de cada mês no Jardim Botânico de Medellín. O público é bastante diferenciado e ele leva principalmente mudas de plantas medicinais,

⁶⁴ Disponível em: < <http://nybram.blogspot.com.br/> >. Acesso jul. 2014.

⁶⁵ Disponível em: <https://www.facebook.com/Hojarasca.culturaorganica?fref=ts>. Acesso jul. 2014.

aromáticas e temperos. Mesmo que este canal de comercialização não envolva diretamente *Hojarasca*, ele tem um forte impacto na iniciativa. Isso porque, como já discutido anteriormente, a participação nesta feira não é tanto para fins econômicos, mas principalmente de articulação com novas pessoas, para promover seus produtos, seu sítio e *Hojarasca*.

Como verificadas, as estratégias discutidas acima tiveram um papel importante para prevenir futuros problemas que pudessem surgir, outras foram elaboradas a partir do posicionamento ético e responsável do agricultor.

3.4.2. Estratégias de solução

Há outras estratégias que foram pensadas e criadas a partir de alguns problemas reais que surgiram. Elas não foram concretizadas somente por Don Carlos, algumas foram em conjunto, principalmente com o grupo *Hojarasca* e com o médico Juan, o que será discutido a seguir:

a) Aparência dos produtos: Nos primeiros anos de comercialização do grupo *Hojarasca*, os produtos oferecidos tinham uma aparência muito distinta da encontrada nos mercados convencionais. Os clientes eram muitos exigentes em relação a isso, principalmente os que não eram pacientes do médico Juan. Havia muitas reclamações, principalmente em relação ao tamanho, que era menor. Don Carlos conta que muitas vezes os clientes reclamavam e colocavam defeitos dos mais variados, apenas para pedir desconto nos produtos.

Uma das formas que Carlos encontrou de contornar essa situação foi argumentar que um quilo de cenoura era um quilo, independente da cenoura ser pequena ou grande, o importante era que os clientes levariam exatamente a quantia desejada. O fato da maior parte dos produtos (alface, couve-flor, brócolis etc.) ser vendida por peso é justamente para contornar esta situação. Don Carlos achou mais justo pôr os preços por quilo, já que os tamanhos variam muito entre si.

A construção do diálogo entre consumidor e produtores e a relação de proximidade que se foi construindo desde o período do grupo *Hojarasca* até

hoje também foi uma estratégia bastante eficiente. O grupo começou convidando alguns de seus consumidores para ir ao sítio de Juan, onde este falava sobre as vantagens e o porquê de se comer produtos orgânicos, referindo-se principalmente aos benefícios à saúde. Este processo de comunicação não ficou somente no plano abstrato das ideias, os consumidores puderam sentir com o tempo as vantagens desses produtos. Don Carlos então rememora:

Então, ele [médico Juan] começou a falar sobre a qualidade, que produzíamos sem químicos e as pessoas começaram a acreditar no que o médico dizia, além de poderem verificar observando e degustando também.

Mesmo em relação ao tamanho dos produtos, as vantagens podiam ser observadas visualmente e por meio do paladar. Por exemplo, “a cenoura menor, por ter conseqüentemente um miolo menor, tinha uma textura mais tenra e doce, porque é justamente essa parte que dá um sabor amargo”, explicou o narrador. “Não somente da cenoura, [continua ele] mas também outros produtos, como o repolho, que não era como os convencionais tão apertados e que causam tantos problemas de gases e de inflamação no colón, que era mais saboroso”.

Os clientes de *Hojarasca* percebiam tais qualidades com o passar do tempo e Don Carlos reafirma a importância de tais estratégias quando se remete a estas iniciativas impulsionadas por Juan e como elas trouxeram melhorias significativas a *Hojarasca*:

Foi uma grande fortaleza para lançar a loja nesta fama, confiança e aceite destes produtos. Desde que começamos, há 17 anos, sempre fomos escassos em relação à produção. Muitas poucas pessoas podem contar com essa graça que haja mais demanda que oferta.

Geralmente, o que se pode verificar é que a oferta de produtos é maior que a demanda, tendo os camponeses excedentes da produção e dificuldades de acessar mercados. Assim, o problema é onde e como vender. Porém, nessa iniciativa, desde sua origem a demanda sempre foi maior do que o grupo poderia oferecer e segue sendo.

b) Mudança de sede: Como dito anteriormente, a iniciativa passou várias vezes por mudanças de sede, o que poderia ter prejudicado a fidelidade em relação aos consumidores. No entanto, Don Carlos soube administrar facilmente a situação. Como a parte central do município é muito pequena e os lugares são muito próximos um do outro, quando havia necessidade de mudar de sede, o camponês procurava um local próximo de onde já estava anteriormente. Somado a isso, ele comunicava os clientes com antecedência.

c) Produtos não conhecidos: Um problema que surgiu concomitantemente à criação de *Hojarasca*, foi a difícil aceitação de alguns produtos por parte dos consumidores. A industrialização da agricultura e dos alimentos resultou em uma produtividade baseada em monocultivos. Todavia, estes monocultivos não estão apenas nos meios de produção, estão também no campo imaterial das ideias usando as próprias palavras de Shiva (2000), “são os monocultivos da mente”. Atualmente, a produção agrícola mundial se concentra em 12 espécies de plantas: milho, arroz, trigo, soja, batata, batata doce, banana, sorgo, mandioca, milheto, girassol e canola (ETC, 2009). No mundo, só se cultivam comercialmente aproximadamente 150 espécies de plantas, o que corresponde a apenas 3% das cinco mil espécies domesticadas pelos camponeses (SMALL; CATLING, 2008). Esses dados apenas dão um panorama geral sobre o campo de ação dos monocultivos e a vulnerabilidade em que se encontra a agrobiodiversidade. O grande desafio não é apenas resgatar as variedades tradicionais e voltar a produzi-las, mas também reincluí-las nos hábitos alimentares das populações com a finalidade de que sejam reconhecidas, valorizadas, comercializadas e finalmente consumidas.

Somado a esse processo, existe um contexto cultural importante, no que tange à alimentação dos Antioquenhos, que é a forma tradicional como eles se alimentam. Nesse contexto, o desafio se duplicou. Conquanto, Don Carlos e Juan estruturaram algumas estratégias diferentes para contornar essa situação. Uma delas foi fazer almoços no sítio Rena-ser utilizando estes alimentos como prato principal. Desse modo, o agricultor e o médico começaram a estimular um hábito alimentar mais diversificado entre seus consumidores, além de proporcionar uma forte relação de confiança entre eles.

Seus clientes, desde então, passaram a frequentar o sítio de Don Carlos, conhecendo o seu modo ser, bem como a maneira que ele produz. Mesmo que não vá a quantidade de pessoas que se espera neste tipo de almoço, esta é uma estratégia que gera bastante resultado, porque quem vai começa a comprar tais produtos, indicando-os aos demais e, por vezes, até explicando como prepará-los. Don Carlos, ao reorganizar sua memória para se lembrar como se dava tal processo na hora das vendas, simula os diálogos que teria tido em tais ocasiões:

“Ah, não, essa batata não” [diziam os clientes] e quando começavam a provar já viam que era uma batata boa, vinham aqui comprar mais meio quilo para prová-la, e a outra pessoa ao lado já dizia, “compre um quilo porque a outra vizinha a comprou, então já sabemos que é uma batata saborosa, mas não é muito conhecida no comércio convencional”.

Outra maneira que o entrevistado encontrou para estimular o consumo de alimentos poucos usuais foi presentear os clientes com um pouco desses produtos na hora da venda, explicando como cozinhá-los. Mais uma vez o narrador simula as conversas:

Com a batata eu dizia a eles que não era a caipira⁶⁶, a crioula, mas é orgânica. “Olha, eu te dou estas três batatinhas para que cozinhes, para sentir o sabor. Melhor cozinhar ela com casca e tudo, um pouquinho de sal e água e só”. As pessoas que levavam as batatas na outra semana já levavam meio quilo e assim foi se propagando.

Dessa forma, as pessoas que ainda não conheciam alguns desses alimentos, após receberem uma indicação e provarem em casa sem nenhum custo, perdiam o preconceito contra determinados alimentos não tão convencionais.

d) Produtos sazonais: Uma grande diferença entre a produção convencional e a agroecológica é que a convencional consegue produzir alimentos fora de sua época, uma vez que reproduz artificialmente as condições para isso. A produção agroecológica por outro lado, trabalha de

⁶⁶ Batata *criolla* ou *caipira*, assim chamadas, é uma variedade de batata muito utilizada na culinária colombiana e no Estado de Antioquia.

acordo com os ciclos biológicos naturais de cada espécie. Assim, uma das dificuldades enfrentadas na comercialização de produtos agroecológicos é que os consumidores desconhecem a sazonalidade da maior parte dos alimentos e querem que todos estejam disponíveis durante o ano todo, como são encontrados nas grandes cadeias varejistas⁶⁷. Um exemplo bastante concreto é da batata e do tomate, dois alimentos quase que indispensáveis tanto para brasileiros quanto colombianos. O referido problema foi justamente solucionado com a relação próxima e com a comunicação entre produtor e consumidor. Quando faltam apenas algumas semanas para um produto acabar, Don Carlos e seus ajudantes começam a comunicar os clientes de que tal produto está acabando. O preço não sofre nenhuma alteração também, diferentemente dos mercados convencionais, em que a escassez de um produto faz com que seu preço aumente.

Don Carlos disse que seus consumidores já estão conscientizados de que alguns alimentos não estão disponíveis todo o tempo e ele fala da importância de realizar a venda direta:

As pessoas estão conscientes, é bom a gente mesmo estar lá e dizer a elas porque não temos um produto, porque é inverno, por uma estiagem, ou sei lá, qualquer motivo, algum dano que houve. É bom explicá-los da situação e não simplesmente dizer “não, não tem” ou “ah, eu não sei por que não veio hoje” [...]. Eu gosto muito de comentar a eles, quando tem tempo, porque também muitas vezes percebo que não dá tempo. Então, quando se pode comentar porque não se tem um produto, é melhor.

O narrador também sempre convida seus clientes ou demais interessados a conhecer seu sítio. Como ele mesmo menciona “80% das pessoas não chegam a ir, mas pelo menos eu ofereço o sítio e que eles podem vir, perfeitamente”.

Na medida do possível, o agricultor aceita sugestões ou recomendações dos consumidores. Alguns produtos que hoje ele oferece em *Hojarasca*, por exemplo, foram sugestões de clientes e que depois de um tempo passaram a vender muito mais. O entrevistado explica que:

⁶⁷ À custa de muitos agroquímicos e a grandes oscilações de preços.

Muitas coisas foram sugestões deles [dos consumidores], que me diziam para trazer um quilo de rapadura em pó que me compravam semanalmente e agora vende mais rapadura em pó que a outra. São coisinhas assim, como essas, mas, o que eu tenho, o que eu posso produzir estou levando, porque algumas coisas eu não posso me comprometer a levar, porque as pessoas nem sempre cumprem. Nisso eu tenho sido muito cuidadoso.

Don Carlos entende que o ato de comercializar seus produtos agroecológicos vai muito além das simples relações mercantis. O valor está nos detalhes, que na verdade ele ensina que não são *pequenos* e nem sequer *detalhes*, mostrando as faces do *homo situs*, o qual Zaoual (2006, p. 77) indica que:

[...] Revela um ator que constrói seu comportamento com base nas interações simbólicas e práticas com o seu meio e sua dinâmica. Este ajuste é cotidiano, cada vez mais situado com relação ao mundo no qual vive o homem do sítio e do qual participa através de interações com os outros e no meio circundante próximo ou longe (ZAOUAL, 2006, p. 77).

A partir da narrativa de Don Carlos é possível perceber uma associação coerente entre os *desafios* que surgiram nestes 17 anos de *Hojarasca*, o nascimento de *ideias* criativas e inovadoras para superá-los e o sucesso destas a ponto de refletir nas motivações de compra dos consumidores, o que será discutido na próxima seção.

3.5. Resignificação: Um olhar a partir do consumidor

El vínculo ha sido primeramente más que todo el respeto a ellos y la honestidad.

Carlos Osorio

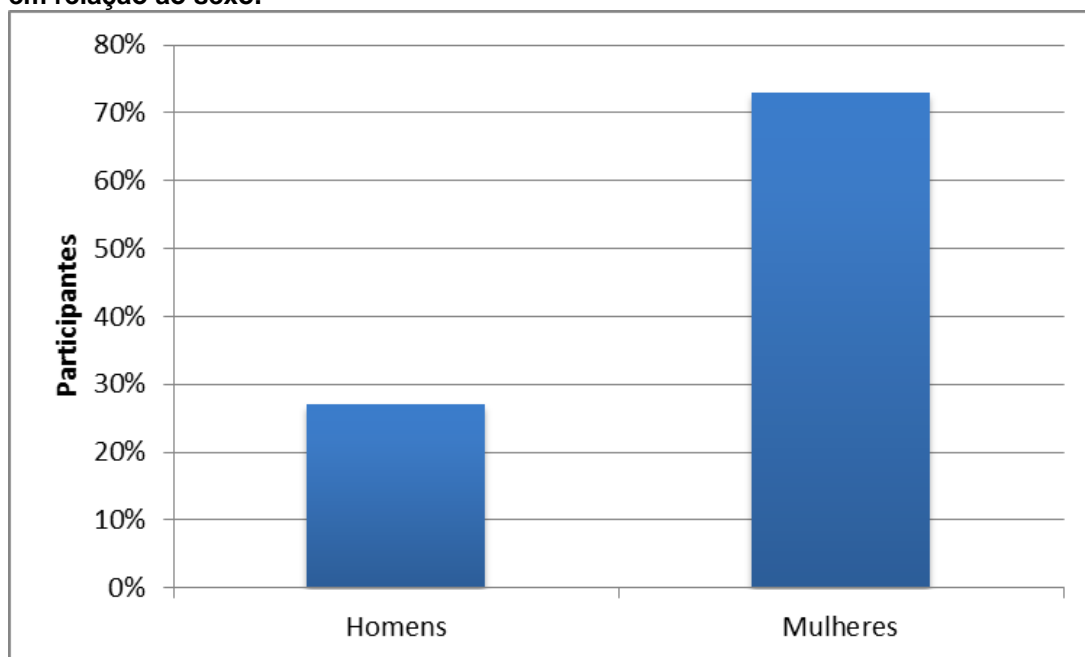
Esta seção explora quem são os consumidores de *Hojarasca* e o que os leva a comprar no local. Esclarece-se que o objetivo não foi traçar um perfil aprofundado destes consumidores, para tanto, necessitar-se-ia de informações mais amplas, tais como: estado civil, grau de escolaridade, atividade laboral, composição familiar, renda, entre outros. As informações nessa pesquisa se concentraram no sexo e idade dos consumidores, há quanto tempo são

clientes e suas motivações para estarem ali comprando e frequentando *Hojarasca*.

3.5.1. Perfil dos consumidores

Verifica-se que a maioria (73%) dos consumidores é formado por mulheres (BERTOLDI; ANDRADE, 2012). Tsakiridou et al. (2008) constataram que as mulheres são mais interessadas em produtos orgânicos e são compradoras mais frequentes. Já os homens representam apenas 27% dos entrevistados, como se pode observar no Gráfico 1. Este dado foi ao encontro de estudos do perfil de consumidores de alimentos orgânicos, nos quais a participação das mulheres é maior nesse mercado.

Gráfico 1 – Consumidores da loja *Hojarasca*, Carmen de Viboral, Colômbia, em relação ao sexo.



Fonte: Pesquisa de campo 2013, elaborada pela autora.

Um questionamento importante, e ainda sem respostas, é porque as mulheres são o maior grupo de consumidoras nestes espaços? Aqui surgem duas principais hipóteses e que de certa forma podem ou não ter relação entre si. A primeira é que há uma suposta maior preocupação por parte das mulheres em relação à sua saúde e à de sua família, o que resultaria na compra de

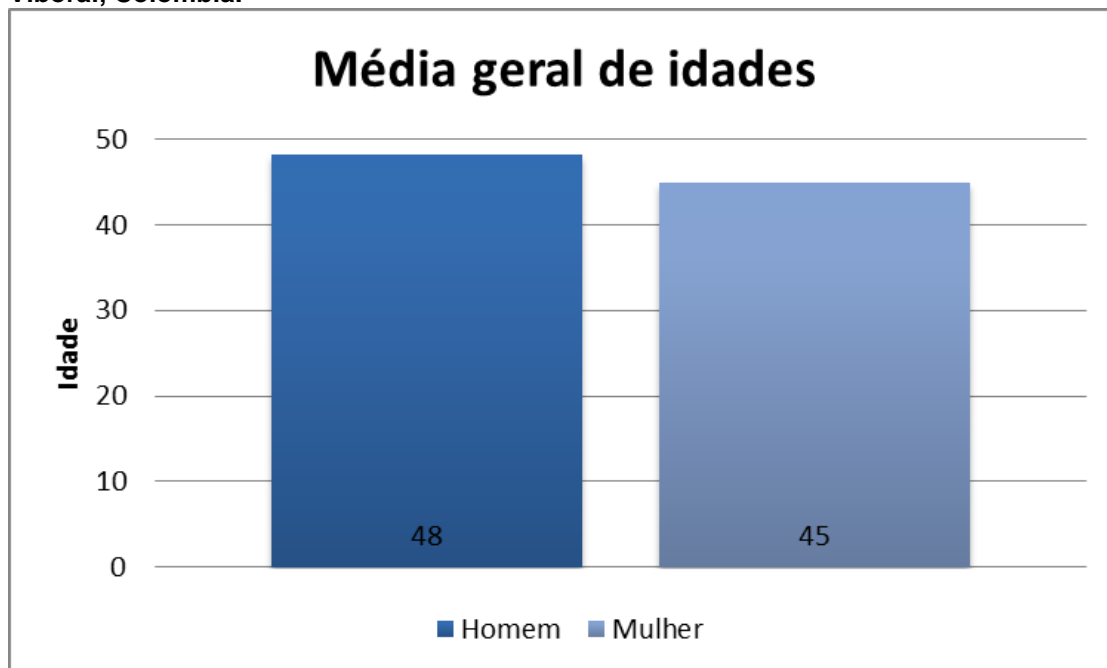
alimentos mais saudáveis. Outra possibilidade estaria relacionada a um contexto mais repressor, no qual as mulheres ficam encarregadas de fazer todo o trabalho de casa, inclusive de comprar alimentos e prepara-los. É importante perceber aqui que isto ocorre independentemente se a mulher é dona de casa ou se trabalha fora. Nas duas hipóteses, a situação presente é subordinada. Até mesmo mulheres que estão inseridas no mercado de trabalho, muitas vezes, continuam numa situação tão ou mais repressora porque neste contexto, possuem três jornadas de trabalho: o trabalho fora de casa, o trabalho doméstico e o cuidado com os filhos. Tsakiridou et al. (2008) têm uma hipótese de que mulheres pertencentes a famílias com crianças são tradicionalmente encarregadas dos suprimentos para sua alimentação e, assim, preocupam-se mais com os valores nutricionais dos alimentos e sua qualidade em geral.

Porém, para um aprofundamento do tema seria necessário obter informações a respeito das atividades realizadas pelas mulheres e de como os trabalhos domésticos são estruturados nestas famílias.

A idade média dos consumidores (ver Gráfico 2) foi semelhante, portanto a idade não parece ser uma variável diferente entre homens e mulheres neste caso. A média geral de mulheres e homens foi de 40 a 50 anos, o que possivelmente demonstra uma maior preocupação em relação a saúde por parte das pessoas de meia idade.

A partir do Gráfico 3, que mostra o número de compradores em *Hojarasca* em cada ano, percebe-se que 2013 foi o ano de maior agregação de novos consumidores. Dos 71 participantes que responderam ao questionário, 56 são clientes fixos de *Hojarasca*, compradores há pelo menos um ano na loja. Percebe-se também a tendência crescente de aumento de novos consumidores. Na verdade, nos três primeiros anos, houve um aumento, que a partir de 1999 até 2006 atingiu um patamar, com exceção do ano de 2013 que teve um aumento maior que os demais.

Gráfico 2 - Média geral da idade dos consumidores de *Hojarasca*, Carmen de Viboral, Colômbia.

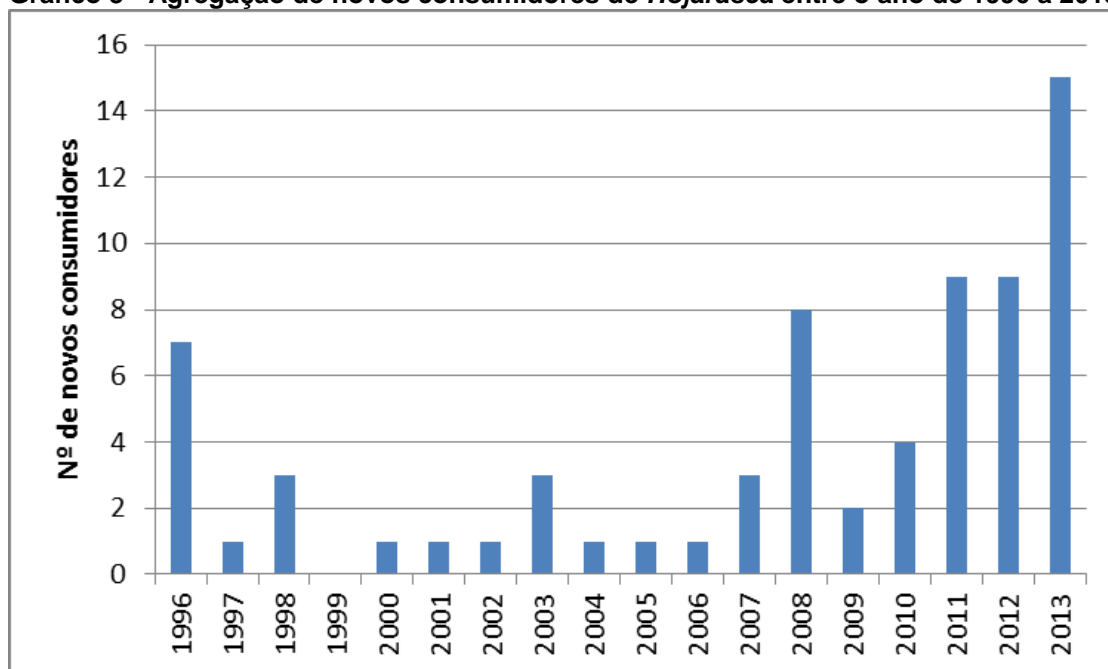


Fonte: Pesquisa de campo 2013, elaborada pela autora.

É interessante observar também o fato de que *Hojarasca* possui clientes que a frequentam há 18 anos. Um camponês de 94 anos caminha de sua casa até *Hojarasca* todos os sábados... Don Carlos separa uma cadeira especialmente para ele (ver Figura 12) que, ao chegar, senta, cumprimenta a todos e toma um “*tinto o una aromática*”⁶⁸ com Don Carlos. Os dois conversam e, depois de algum tempo; o senhor começa a fazer a feira e retorna para sua casa. Quando este senhor, Don Valério, ainda exercia seu trabalho no campo, faziam um manejo convencional e era muito descrente em relação à agricultura orgânica. Seu filho, que fazia parte do grupo *Hojarasca*, conseguiu aos poucos mostrar-lhe que a produção orgânica era sim possível e, hoje, é cliente de *Hojarasca* há 12 anos. Há também o caso de uma mulher, com seus 27 anos, que desde os seus 10 anos de idade faz a feira todos os sábados, solicitada por sua mãe.

⁶⁸ Tinto é como os colombianos chamam café preto e aromática, chá.

Gráfico 3 - Agregação de novos consumidores de *Hojarasca* entre o ano de 1996 a 2013.



Fonte: Pesquisa em campo 2013, elaborada pela autora.

Figura 12 - Don Carlos à esquerda em pé e Seu Valério com seus 94 anos a direita de chapéu.



Fonte: Arquivo Gabriela Ferreira de Souza, 2013.

3.5.2. Motivação dos consumidores

No que tange à motivação explicitada pelos consumidores de *Hojarasca*, foram criadas cinco categorias de análise (ver Figura 13) que mostraram ser os cinco aspectos-chave para a estabilidade de *Hojarasca*: manejo agroecológico, comercialização local, venda direta, características do espaço e os valores e princípios dos atores envolvidos.

Na literatura a respeito do perfil e motivação de consumidores de alimentos orgânicos geralmente as categorias de análise são muito limitadas e ignoram a relação que existe entre cada uma⁶⁹. Dessa forma, optou-se por criar uma metodologia própria de “categorização”. Tal metodologia foi sendo construída a partir do que os consumidores foram respondendo, buscando-se a relação entre “causa e consequência”. O resultado foi cinco categorias de análise que são as causas para o consumo destes alimentos - ver os braços da estrela na Figura 13; já as consequências, cuja maior parte dos consumidores citou, são os quadros que emergem a partir de cada braço da estrela (observar Figura 13).

Essa metodologia, ainda que apresente limitações, permite uma maior percepção das inter-relações existentes entre cada componente, além de se adequar melhor à análise qualitativa, como será visto a seguir:

Modo de Produção: cada consumidor apontou pelo menos um motivo de compra relativo a esta categoria, sendo os benefícios à saúde os mais expressados (HJELMAR, 2011; SCHLEENBECKER; HAMM, 2013; TSAKIRIDOU et al., 2008; WINTER, 2003). O crescente uso de agrotóxicos e a produção de alimentos transgênicos têm sido relacionados a uma série de doenças, o que tem acentuado a preocupação da população em relação aos seus alimentos (GILG; BATTERSHILL, 2000). Isso é refletido nas respostas dos consumidores. Uma entrevistada disse: “Quero cuidar de minha família. Prefiro investir em alimentos que em medicamentos” (mulher, 36 anos). Outra disse comprar no local: “Pelos produtos serem cultivados agroecologicamente

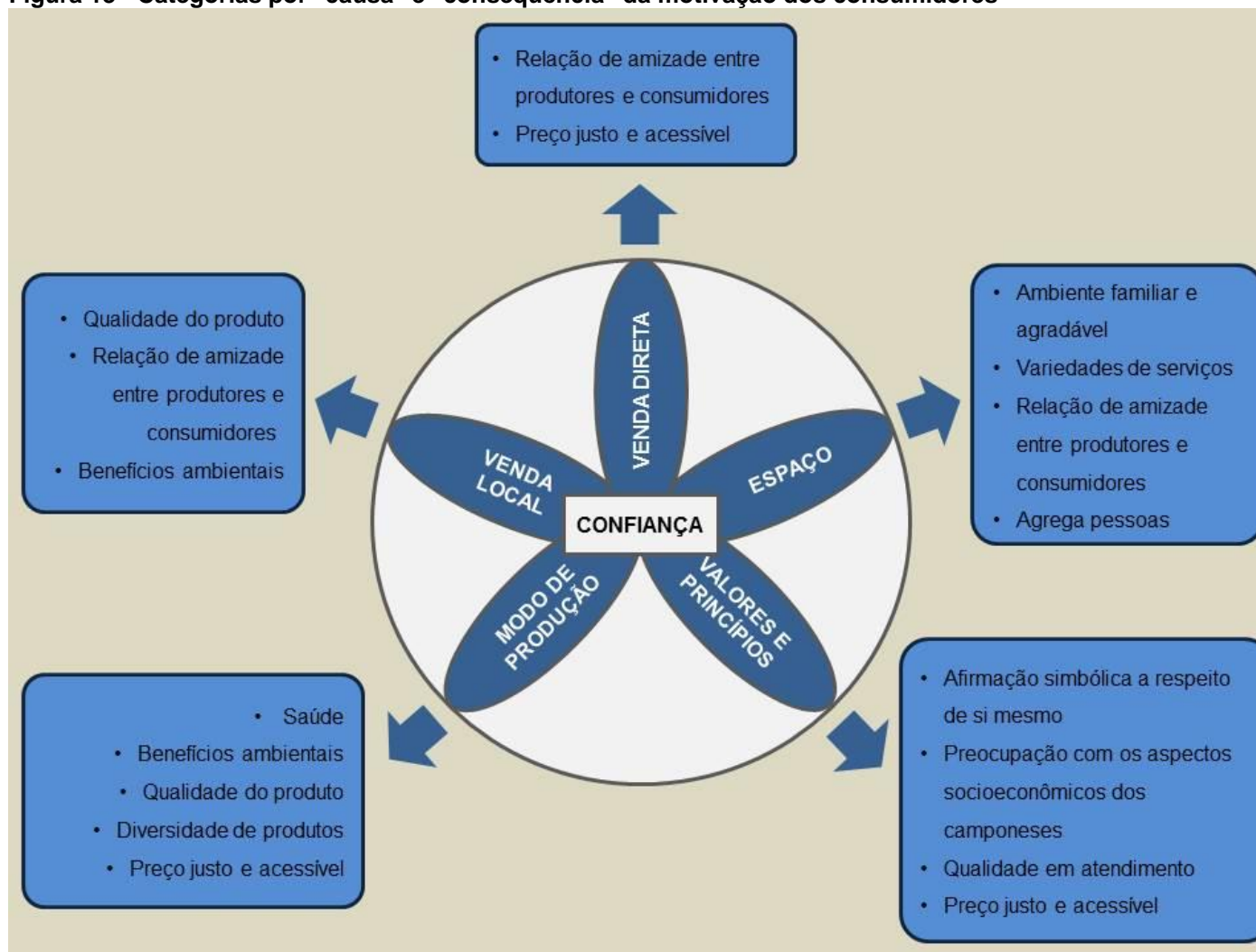
⁶⁹ Por exemplo, as categorias “saúde” e “sem agrotóxicos”. Tais categorias somente existem nos estudos e servem para facilitar a análise quantitativa. Porém, são extremamente reducionistas, uma vez que não se analisam a relação que existe entre “saúde” e “agrotóxico”.

e pelo cuidado de nossa família” (mulher, 50 anos). Esta entrevistada disse que: “as verduras são muito saudáveis [...] Têm muita variedade. A gente com a idade tem que ir se cuidando” (mulher, 68 anos).

As redes sociais tem tido um papel importante por disseminar informação e pressionar a opinião pública (HOLT-GIMÉZES, 2009). Nesse sentido, essas redes, juntamente com as organizações da sociedade civil, têm feito um trabalho interessante em trazer informações a respeito dos agrotóxicos e dos riscos apresentados à saúde, o que antes quase não chegava à população em geral. No Brasil, o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra – MST, a Campanha Permanente Contra o Uso de Agrotóxicos com mais de 50 entidades nacionais aderidas, o Dossiê da ABRASCO - Associação Brasileira de Saúde Coletiva, apoiada pela Fundação Osvaldo Cruz – FIOCRUZ, bem como o lançamento do segundo volume do documentário “O Veneno esta na Mesa” de Silvio Tandler, entre outras, têm feito essas denúncias.

Os benefícios ambientais foram pouco citados pelos consumidores como motivação de compra (BERTOLDI; ANDRADE, 2012), mesmo sendo uma razão importante no consumo de alimentos orgânicos (GILG; BATTERSHILL, 2000; TSAKIRIDOU et al., 2008). É importante lembrar que o manejo agroecológico cria agroecossistemas mais biodiversos e resilientes, com uso eficiente dos recursos naturais, minimizando a dependência do petróleo e demais insumos externos (ALTIERI; NICHOLLS, 2012). Nesse contexto, também reflete nos baixos custos de produção dos alimentos agroecológicos e, conseqüentemente, no seu preço mais acessível e justo aos consumidores.

Figura 13 - Categorias por "causa" e "consequência" da motivação dos consumidores



Fonte: Pesquisa de campo 2013, elaborada pela autora.

As características sensoriais geralmente são vinculadas à qualidade dos produtos e muitos estudos apontam tais características como importante motivação entre os consumidores (HJELMAR, 2011; SCHLEENBECKER; HAMM, 2013). Entre os clientes de *Hojarasca* esse assunto também foi muito abordado; sobre isso, esta entrevistada disse: “O sabor é diferente dos que são colocados venenos” (mulher, 49 anos, consumidora de *Hojarasca* há um ano). Outra cliente falou que: “Os produtos são cultivados sem venenos. Eu tenho um paladar que detecta o sabor do veneno. Detecto pelo cheiro e pelo sabor” (mulher, 55 anos, consumidora de *Hojarasca* há 11 anos). Por último, esta consumidora pontuou: “Acreditamos muito nos produtos orgânicos sem veneno. Esse é o único lugar em que acreditamos de verdade. Digo isso porque aqui [em Carmen de Viboral] teve outra loja, mas não era tão orgânico, percebi pelo sabor” (mulher, 43 anos, consumidora de *Hojarasca* há 15 anos). É interessante observar como tais características foram mais perceptíveis em consumidoras antigas da loja, as quais provavelmente estão acostumadas a se alimentar de alguns alimentos exclusivamente orgânicos há muitos anos e, assim, mais sensíveis à percepção da variação de sabor entre o convencional e o orgânico.

A variedade de produtos também foi citada e pode estar vinculada a dois aspectos principalmente: primeiro os sistemas agroecológicos têm como princípio o incremento da biodiversidade estrutural e funcional, no qual proporcionam agroecossistemas altamente diversificados. Essa biodiversidade, que cumpre um papel ecológico no agroecossistema e seu entorno (ALTIERI; NICHOLLS, 2012), fornece também uma ampla variedade de produtos que podem ser comercializados e assim trazer mais estabilidade social e econômica aos produtores. Segundo, a grande quantidade de unidades produtivas e de pessoas envolvidas com o abastecimento de *Hojarasca* (ver Figura 8) permite uma sinergia entre os diferentes agroecossistemas e as diferentes realidades de cada agricultor, que ao juntarem todos esses produtos, geram uma grande variedade dos mesmos.

Comercialização local: há uma grande discussão acadêmica em torno do conceito de qualidade. Nesse aspecto, Ilbery e Kneafsey (2000)

examinaram essas diferentes noções de “qualidades” e perceberam que a qualidade entre os alimentos é um conceito socialmente construído e pode estar vinculado a características diferentes, que podem variar de acordo com as especificidades culturais, políticas normativas etc. (CHAMBERS et al., 2007; GILG; BATTERSHILL, 1998; ILBERY; KNEAFSEY, 2000; WINTER, 2003).

Nos questionários, foi possível detectar que os consumidores de *Hojarasca* relacionaram a qualidade, também⁷⁰, a alimentos frescos, benefício concreto da comercialização local, uma vez que é uma qualidade intrinsecamente relacionada ao tempo final entre colheita e comercialização (CHAMBERS et al., 2007; HJELMAR, 2011). Agregado a isso, aspectos como armazenamento e transporte refrigerado são prescindíveis nesta iniciativa.

Muitos consumidores relataram sua aproximação com Don Carlos e com os demais envolvidos em *Hojarasca*, como um consumidor que disse: “Compro aqui porque conheço o pessoal” (homem, 74 anos). Já outra consumidora, além de justificar que tem uma relação próxima com Don Carlos, deu uma visão geral sobre muitos dos aspectos já discutidos anteriormente, ao contar que compra no local: “pela qualidade, porque são sem químicos. Pela proximidade a Don Carlos, que é quem toca a iniciativa. O sabor⁷¹ é diferente, são mais doces. O repolho normal tem cheiro de veneno” (mulher, 38 anos, consumidora há 17 anos). A comercialização local torna possível essa aproximação entre consumidor e produtor, de conhecerem suas trajetórias pessoais e possibilita até mesmo uma relação de amizade.

Os benefícios ambientais, mesmo que pouco citados entre os consumidores, também têm como causa a comercialização local, pois, esta, ao contrário das longas cadeias de comercialização, diminui gastos energéticos com combustíveis fósseis a partir do transporte.

⁷⁰ Colocou-se também porque a qualidade neste estudo abrange uma diversidade de questões como, por exemplo, a qualidade no atendimento, qualidade do espaço e dos serviços oferecidos no local, os aspectos sensoriais, como cor, cheiro, sabor e frescura, e a ausência de agrotóxicos e substância potencialmente causadoras de danos à saúde.

⁷¹ Aqui também existe a conexão da sensibilidade do paladar com o tempo de consumo, neste caso 17 anos, isto é, desde o início de *Hojarasca*.

Venda direta: os motivos mais citados entre os entrevistados que têm como causa a venda direta foram o preço dos produtos e a relação de proximidade com o produtor. Este entrevistado expressou bem essa categoria quando disse que consome no local: “Pela qualidade dos produtos que oferece e por que quem atende é quem mesmo produz. Além dos preços serem justos” (homem, 44 anos). Ao contrário do que é relatado na afirmação deste consumidor, muitos estudos de perfil e motivação de consumidores de produtos orgânicos diagnosticaram que os preços elevados são um dos maiores entraves para a expansão do setor, fazendo parte de muitas reclamações e insatisfações dos consumidores (BERTOLDI, ANDRADE, 2012; HJELMAR, 2011; TSAKIRIDOU, 2008). No presente estudo, os clientes apontaram o preço como sendo justo e acessível. Esse fato pode estar relacionado principalmente a dois fatores: primeiro, a certificação orgânica se tornou desnecessária nessa experiência, o que diminuiu os custos de produção. Segundo, a eliminação total de intermediários proporcionou ganho maior para o agricultor sem a necessidade de aumentar o preço final, o que é especialmente atraente para camponeses e agricultores que dispõem de poucos recursos (GILG; BATTERSHILL, 2000). Sendo assim, há maior autonomia frente às oscilações e mecanismos de controle⁷² do mercado (GILG; BATTERSHILL, 2000).

Espaço: essa categoria é difícil de comparar com a literatura considerando que os estudos a respeito da motivação de compra de alimentos orgânicos, por exemplo, quase não dizem respeito às características dos locais. Darolt (s.d) faz essa abordagem ao afirmar que as atividades artísticas e de divertimento integram as pessoas e são importantes nesses espaços de venda direta, porque aproximam as pessoas.

Hojarasca possui um local totalmente diferenciado. É difícil até mesmo chamá-la de *loja*, porque é muito mais que isso. Assim, esse local tão peculiar e próprio da iniciativa não passou despercebido pelos clientes, os quais atribuíram tais características como um motivo importante para se consumir e frequentar o local.

⁷² Por exemplo, contratos de compra e venda e preços injustos tanto a consumidores quanto a produtores.

A loja oferece diferentes serviços, ambientes e junta as pessoas, como relatou esta consumidora: “Me encontro com as amigas e faço aula de música” (mulher, 26 anos). Outra consumidora disse que “o espaço é agradável e dá para se tomar um café” (mulher, 25 anos). Esta cliente justificou: “O Ambiente é muito agradável, com café da manhã e almoço, e a atenção é excelente” (mulher, 49 anos). Tal diversidade permite que as pessoas desfrutem o local de acordo com suas necessidades e interesses.

Outra questão também é que a afinidade, seguida da amizade e confiança entre produtores e consumidores, finalmente se concretiza nesse espaço a partir do que é vivenciado no local, como pontua este senhor de 57 anos: “Outra coisa é que o espaço e o ambiente são muito familiares”. Outro consumidor disse que: “Pelo ambiente chamativo” (homem, 57 anos). Já este entrevistado apenas colocou algumas palavras soltas no questionário, como: “Saúde, amabilidade, sorrisos e alegria” (homem, 30 anos). Entretanto, as palavras expressam a percepção dele, como ele recorda o que é vivenciado no cotidiano do local. Em suma, percebe-se que “a iniciativa não se limita somente à parte comercial, mas sim proporciona a convergência de pessoas [que compartilham os mesmos valores], mas que estavam dispersas” (mulher, 31 anos, consumidora há quatro anos).

Valores e princípios: esta categoria é bastante complexa de se detectar em um breve questionário, pois se encontra no campo imaterial das ideias. Mesmo pouco citada diretamente, pode ser observada em relatos de vegetarianismo, apoio à iniciativa e ao agricultor. Somente três consumidores relacionaram sua motivação com o contexto socioeconômico dos camponeses. Uma espanhola de 35 anos, consumidora recente do local, disse consumir produtos ecológicos porque é um trabalho mais digno ao agricultor e porque existe outro tipo de relação de respeito. Ela foi a única pessoa entrevistada que mostrou conhecimento das nuances da agricultura industrial e de como esta se opõe à integridade do campesinato. Talvez porque o consumo de alimento orgânico e a discussão dos impactos da agricultura industrial e da agroindustrialização dos alimentos já estejam em um nível bastante aprofundado na Europa.

A questão da dignidade campesina é amplamente discutida na Agroecologia, porém ela é pouco conhecida pela população, que desconhece as especificidades socioeconômicas das diferentes agriculturas. Um dos motivos para este desconhecimento é o fato de seus alimentos estarem cada vez mais desvinculados dos agricultores, devido ao alongamento da cadeia produtiva e dos procedimentos industriais.

Uma consumidora de 41 anos alegou que conhece o projeto de Carlos [se refere ao projeto de vida, de seu sítio Rena-ser e de *Hojarasca*], que compra ali para apoiá-lo e também pela facilidade. Outros consumidores expressam os princípios e os valores que Don Carlos leva consigo e que são refletidos na iniciativa; por exemplo, este entrevistado que disse ter “confiança nos produto, porque Don Carlos não faz com fins econômicos, senão que vibra com o que faz” (homem, 57 anos). Mais consumidoras apontaram questões bastante subjetivas que envolvem os sentimentos e a educação do camponês, como tal compradora expressa: “Pela amabilidade deste senhor” (mulher, 35 anos) e esta: “Amizade e boa atenção” (mulher, 36 anos).

O preço justo e acessível, como foi explicitado anteriormente, pode estar associado ao manejo agroecológico e à comercialização local. No entanto, o preço também está atrelado aos valores e princípios do próprio agricultor, já que é ele que toma a decisão final, ou seja, é quem decide o preço. Don Carlos, tanto em seus produtos, quanto nos produtos que revende, faz questão que o preço seja acessível aos consumidores.

Confiança: por conta da confiança ser uma consequência de todas as categorias⁷³ anteriormente discutidas (ver Figura 13), esta foi inserida em um tópico especial. Além da confiança entre pessoas, que foi perceptível no estudo, também existe a confiança dos consumidores no modo de produção, seja qual for o termo usado para descrevê-la: “orgânicos”, “agroecológicos”, “sem veneno”, “limpo” etc. A respeito disso, um casal de aproximadamente 60 anos respondeu: “Pela confiança nos produtos orgânicos”. Já esta outra consumidora disse que: “É limpa, não tem químicos. A confiança que a gente sabe que sim [que não têm químicos].” (mulher, 69 anos, consumidora há 17

⁷³ Ou seja, é uma consequência do modo de produção, da venda direta, da comercialização local, do espaço e, é claro, dos valores e princípios.

anos). Mesmo sem selo de garantia orgânica, em nenhum dos questionários, foi detectada desconfiança no método produtivo e nem sequer citada a falta ou a possível necessidade da certificação. Um consumidor de 27 anos disse que compra no local pelo “vínculo de amizade, pela honestidade e credibilidade”; outra consumidora de 47 anos disse que ali existe confiança e que o produto é diferente, que percebeu isso com o consumo em *Hojarasca*.

Como relatado acima por alguns consumidores, a comercialização local e a venda direta dão as condicionantes para que a construção da confiança entre produtor e consumidor ocorra. Tais tipos de vendas possibilitam aos consumidores conhecer as unidades agrícolas onde os alimentos são produzidos, aproximam as problemáticas que envolvem cada um deles e, o que é fundamental, permitem a troca e a reconstrução de conhecimentos que advêm de realidades diferentes. Nesse aspecto, um consumidor afirmou que consome no local por causa da “Produção de boa qualidade e de confiança, além da trajetória conhecida” (homem, 34 anos). Outro disse que: “Porque acredito muito nos produtos e na forma em que são plantados. Tenho ido ao sítio” (homem, 40 anos). Outro caso perceptível no estudo é que muitos consumidores já conheciam Don Carlos por outros espaços que não *Hojarasca*.

Schneider (2010), ao fazer uma análise dos mercados a partir de Polanyi, explica que os mercados que anteriormente eram uma forma de interação social passaram a ser a própria razão das relações sociais. Contudo, ainda há inúmeros mercados locais concretos que ocorrem como espaços de interação social (SCHNEIDER, 2010), repletos de redes de atores econômicos situados, que funcionam por meio de hábitos, rotinas e relação de confiança (ZAOUAL, 2006). A evolução dos sistemas e das organizações econômicas, ao contrário do que prega o *homo oeconomicus*, funciona por meio da reciprocidade, parceria, altruísmo, crenças comuns, suas normas e convenções (ZAOUAL, 2006). Complementando:

O *homo situs* está muito mais próximo da realidade empírica que o *homo oeconomicus*, na medida em que expressa uma ampla variedade e variabilidade. Mais humano, é um ser concreto em constante evolução, que não se deixa recortar e capturar pela teoria econômica vigente. Ele foge da divisão e da redução. De fato, não estabelece separação entre o seu comportamento econômico profano

e o mundo sagrado em sua região concreta. Incorpora um complexo de relações com seu espaço vivido, o que o torna animal territorial e relacional. Ao contrário do mercado, o sítio o incita a produzir coesão em todos os seus efeitos e gestos. O mercado desencaixa e o sítio encaixa (ZAOUAL, 2006, p.77).

Destarte, foi possível observar que a iniciativa é um mercado socialmente controlado que atende às regras da reciprocidade simétrica, geradoras de valores éticos, como amizade, confiança e valores de justiça (SABOURIN, 2013).

3.5.3. Produtor e consumidor: Uma balança em desequilíbrio

O fortalecimento da relação entre produtor e consumidor não ocorre pelo simples fato de estarem cara a cara. É necessário que existam fatores de (re) conexão entre eles. O principal fator desencadeante desta relação ainda é a crescente preocupação que os consumidores têm em relação à produção de seus alimentos (GILG; BATTERSHILL, 2000). O desafio é que tais pontos de (re) conexão ainda são monopolizados pelos interesses dos consumidores que muitas vezes se preocupam somente com seu contexto. Como também concluído pelos estudos de Bertoldi e Andrade (2012), o interesse pessoal prevalece acima do interesse coletivo. Assim, se eles encontrarem uma fonte segura de alimentos, já não há motivos para se preocupar, o que acaba por despolitizar o debate sobre o sistema agroalimentar.

Já em relação aos camponeses ecológicos, empiricamente, percebe-se que eles tendem a se preocupar mais com seus consumidores e com a natureza, base de seus recursos produtivos. Isso se deve ao fato de que a luta por autonomia, central para a condição camponesa, está na constante reivindicação e ampliação da base de seus recursos autocontrolados, neste caso a terra e a natureza são partes essenciais (VAN DER PLOEG, 2009) e a estabilidade pertinente aos seus consumidores pode ser também uma de suas estratégias de autonomia.

Zaoual (2006, p. 152) explica que esta indiferença dos consumidores e, até mesmo ignorância, é fruto de um contexto em que o “capitalismo os rodeia, tornando-o apático dos problemas comuns alheios, tornando a visualização do

outro tão difícil". A economia atual se tornou o único modelo válido, porém inadequado e insuficiente (ZAOUAL, 2006).

A desarticulação entre consumidores, produtores e seus sistemas alimentares, é uma estratégia do sistema corporativo alimentar, assim:

A criação de desconexões é um conceito-chave para entender o *modus operandi* do império. Por meio do Império, a produção e o consumo de alimentos estão cada vez mais desconectados entre si, tanto no tempo como no espaço. Da mesma forma, a produção agrícola está descontextualizada, ou seja, está desconectada das especificidades dos ecossistemas locais e das sociedades regionais (VAN DER PLOEG, 2008, p. 20).

Diante dessa problemática, a defesa e o movimento a favor do *local food systems* aumentaram significativamente e levaram DuPuis e Goodman (2005) e Goodman (2003) a criticar o termo "localismo" quando utilizado ingenuamente. Os autores criticam a hipótese de que as políticas de alimentos locais estariam dentro de um quadro ético e que esse quadro ético seria intrinsecamente espacial e que tal quadro teria também valores mais democráticos. Para os autores, sem dúvida o "localismo" é uma força política poderosa contra a globalização, mas não necessariamente mais justa e democrática, porque a dominação global pode ser substituída pela local. Dessa maneira, é necessário politizá-la para o aperfeiçoamento destas alternativas. Zaoual (2006) defende e afirma a necessidade de se criar uma nova economia, não violenta, um novo paradigma de ciência, mais flexível, mais democrático, que compreenda os atores sociais como homem plural e complexo.

Nesse sentido, a Via Campesina estruturou e propôs em 1996 o conceito de soberania alimentar, que tem em seu centro a defesa pelo controle democrático de nossos sistemas alimentares, a autodeterminação das comunidades e o exercício da autonomia alimentar (ORDÓNÊZ, 2013).

Para uma verdadeira transformação dos nossos sistemas alimentares é preciso que a população conheça a profundidade do atual sistema alimentar corporativo. É necessário que se entenda que tipos de alimentos são produzidos no mundo, quem os produz, por quais circunstâncias e aspectos o acesso a eles está envolvido. Destas reflexões devem surgir novas estratégias

de luta, reivindicação e organizações, bem como o fortalecimento das já existentes, por exemplo, dos movimentos sociais engajados no sistema agroalimentar.

Existe uma grande limitação da literatura científica no que diz respeito à motivação de consumidores de produtos orgânicos que são participantes da venda direta e da comercialização local. Os estudos geralmente se restringem a apenas um ou dois desses aspectos e, quando analisam mais de um deles, não cruzam os dados entre si, analisando as características separadamente. Por exemplo, no estudo de Denver e Jensen (2014), verificou-se que nem sempre o consumidor de alimento orgânico é o que também tem preferência pelos alimentos comercializados localmente e vice versa. Os autores puderam concluir que muitas vezes o atributo “localmente” possui um peso maior na hora da compra do que o “orgânico”. Os autores apontam um potencial de mercado no que tange os dois aspectos mutuamente. Outra conclusão interessante no que diz respeito a esse tema foi dos estudos de Hjelmar (2011), no qual alguns consumidores questionaram a qualidade e os benefícios ambientais de alguns produtos orgânicos que atravessam países inteiros ou até mesmo continentes para chegar ao seu destino final. Falta, portanto, uma análise que integre estas três características até no mundo dos orgânicos, que dirá dos produtos agroecológicos.

Foi possível verificar até aqui no presente estudo o potencial, a sinergia e os benefícios que podem ter estas três características fundamentais: a comercialização de produtos agroecológicos associados com a comercialização local e com a venda direta.

3.6. Desafios

Os produtores que estão envolvidos no abastecimento de *Hojarasca* levam seus produtos até lá apenas para serem comercializados, ou seja, não realizam a venda direta. Mesmo que Don Carlos e Francisco façam uma intermediação comunicativa entre tais produtores e os clientes, o que Sabourin

(2013) chama de reciprocidade ternária, alguns daqueles benefícios que se obtêm a partir da venda direta se perdem⁷⁴.

Além disso, o proprietário arrecada pouco na venda desses produtos. O fato tem duplo impacto, pois: essa arrecadação quase não colabora com a manutenção dos gastos da loja. É mais uma estratégia para diversificar *Hojarasca*, atrair e manter os clientes, do que obter propriamente benefícios econômicos. Para os produtores, é mais fácil deixar seus produtos para que Don Carlos venda do que se associar ou se unir à iniciativa, porque assim teriam que se responsabilizar financeiramente com a loja, dedicar mais tempo e recurso.

Outra questão é que Don Carlos não promoveu impacto nos sítios vizinhos e sofre um isolamento social em relação aos demais camponeses de sua localidade. Apesar de ele transmitir sua experiência a um público⁷⁵ bastante diversificado, inclusive da sua proximidade, não conseguiu iniciar um processo de transformação destas realidades. Esta questão é bastante inquietante, até porque a maior parte dos estudantes de colégios que o visitam, são filhos de agricultores que trabalham com a produção de flores⁷⁶ na região. A respeito disso, o camponês comenta:

Eu aqui na região sou praticamente desconhecido, desconhecido não, mas não me têm para nada, não valorizam o trabalho que eu tenho, e quase nem no povoado, sou mais conhecido e mais valorizado na universidade [...] Sim, internacionalmente também. [...] Eu acho que é por desconhecimento da importância do que eu faço, do valor do que eu faço, para eles, isso é um romancismo, desde que não se tenha uma plantação de batata, o tenha que plantar hortênsias, para eles, isso é uma coisa de criança, ou uma coisa abandonada⁷⁷, o sítio, agora não muito, mas me diziam 'como é

⁷⁴ No Figura 8 é possível verificar quem são estes produtores, quais produtos levam e o peso que tem em relação à iniciativa. Um produtor que leva cinco produtos agrícolas diferentes tem uma importância/peso maior na iniciativa do que o produtor de pães, por exemplo. Nesse sentido, também é importante esclarecer que quem mais perde nesse caso é o próprio produtor, que não está vivenciando a comercialização direta e desfrutando de seus benefícios, e os consumidores, que perdem essa interação.

⁷⁵ Don Carlos recebe em Rena-ser estudantes da Educação Básica (que compreende a Educação Infantil, Ensino Fundamental e Ensino Médio) e do Ensino Superior (principalmente da Universidade de Antioquia, a Nacional e *Minuto de Dios*, sucessivamente).

⁷⁶ Carmen de Viboral tem forte produção de flores ornamentais, principalmente hortênsias. O manejo utilizado é bastante convencional, com uso abusivo de agrotóxicos.

⁷⁷ Neste caso, os vizinhos se referiram por ignorância à falsa aparência de abandono ou de mau trato do sítio.

produtivo esse teu sítio abandonado'. A principio era outro louco na vereda.

Esta questão traz perdas à toda localidade. Primeiro porque deixam de aprender e construir uma realidade diferente para a vereda⁷⁸. Outra é que Don Carlos se encontra numa “ilha”, onde faltam pessoas para uma possível associação, cooperação, ajuda mútua, trocas, tanto para o sítio quanto para *Hojarasca*.

Tanto em momentos diferentes da entrevista, como na observação direta e na experiência que se pode compartilhar, ele citou como seria diferente se houvesse pessoas envolvidas no trabalho dele diretamente, para auxiliá-lo, dizendo que gostaria muito de fazer inovações⁷⁹ na sua unidade produtiva, mas que falta ajuda. A questão não é só ajuda física⁸⁰ ou braçal, é alguém que se envolva afetiva e efetivamente com o que Don Carlos tem construído ao longo desses vinte anos. Envolvimento que um trabalhador assalariado dificilmente vai ter e tampouco se pode esperar ou exigir⁸¹.

Ainda nesse aspecto do isolamento social e já fazendo uma conexão com o próximo tópico, tem-se o fato de *Rena-ser* e *Hojarasca* não serem familiares, o que não gera expectativa de continuidade da experiência em toda sua amplitude e dimensão.

Apesar de Don Carlos achar e falar que *Hojarasca* está mais familiar, ela não é. Isso porque os membros da família que ali trabalham ou exercem alguma atividade no espaço constituem núcleos familiares diferentes, não vivendo no mesmo espaço, ou seja, não usufruem em conjunto do bônus e tampouco do ônus, não dividem os custos da manutenção do espaço

⁷⁸ Vereda na Colômbia significa uma parte de um município de uma zona rural, é referente a uma divisão política do território do país.

⁷⁹ Don Carlos se refere à inserção de tecnologias sociais, as quais tem conhecido nos congressos e cursos que participa em diferentes países com a ajuda da Sociedade Latino Americana de Agroecologia e da Via Campesina.

⁸⁰ Apesar da sua importância e de também fazer muita falta nesta experiência.

⁸¹ É o que acontece com o empregado que Don Carlos possui no sítio. Em diferentes momentos o camponês expressou sua insatisfação em relação ao trabalho realizado pelo empregado. Porém, percebeu-se que essa insatisfação era muito mais em relação à falta de envolvimento e amor que o trabalhador possuía em relação ao trabalho que realizava, do que necessariamente em relação a um trabalho mau feito. Don Carlos queria que seu empregado se interessasse por suas atividades a ponto de fazer sugestões, favores e praticar generosidades.

igualmente, nem as responsabilidades. Dessa forma, toca a Don Carlos a total responsabilidade de levar a loja adiante, principal e economicamente falando.

A partir desse contexto, Don Carlos necessita de trabalhadores externos para ajudá-lo e, independentemente se são familiares ou não, há que pagá-los, como por exemplo, seu irmão Francisco que está há um ano e meio trabalhando em *Hojarasca*. Ele ocupar um papel muito importante e desde que iniciou a transição agroecológica em seu sítio e passou a abastecer *Hojarasca*, o sítio Rena-ser tem diminuído⁸² sua produção. Don Carlos ficou mais aliviado com a entrada de Francisco; depois porque tem se envolvido muito com os grupos e esta atividade toma bastante seu tempo, o que causou a desintensificação do seu próprio trabalho agrícola. Assim, Francisco tem colaborado muito com o andamento de *Hojarasca*.

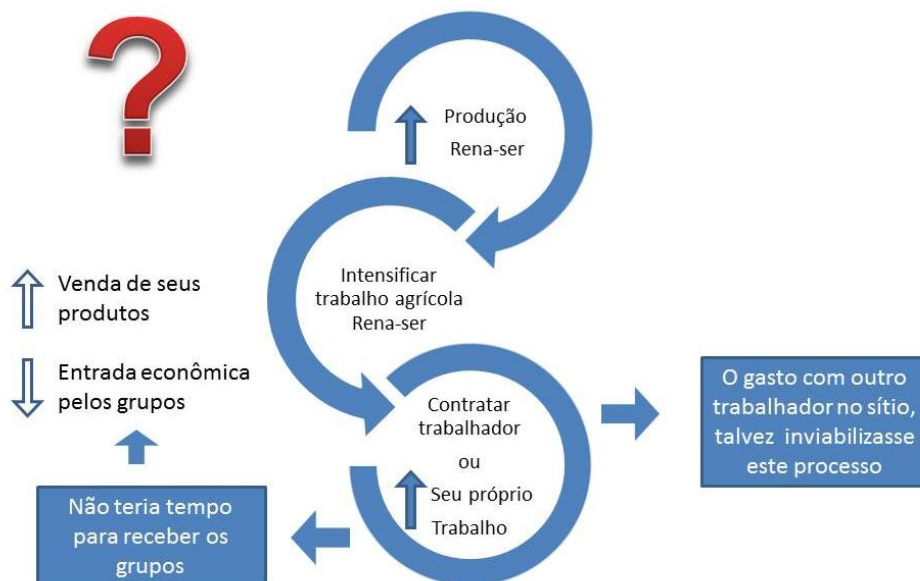
Todavia, Don Carlos não retira uma porcentagem relativa às vendas dos produtos de Francisco para a manutenção da loja, ademais, ele paga uma diária a ele. Os únicos produtos cujo lucro Don Carlos recebe integralmente são os seus próprios. Todas essas variáveis possivelmente colaboram para a vulnerabilidade financeira em que a loja se encontra.

Na Figura 14 pode-se observar uma simulação do que ocorreria caso Francisco saísse de *Hojarasca*. Don Carlos teria que aumentar a produção de Rena-ser e, para intensificar sua produção, poderia optar por dois caminhos: contratar outro empregado⁸³ ou intensificar seu próprio trabalho agrícola. Porém, como se pode observar na Figura 14, os dois caminhos trazem consequências negativas à situação.

⁸² É importante ressaltar que, neste estudo, apesar de terem sido coletados dados da produção, não houve análise dos mesmos. Ou seja, essa conclusão foi construída empiricamente a partir dos diálogos trocados com Carlos Osorio e da observação participante.

⁸³ Don Carlos paga 750 mil pesos mensais para seu empregado, o que juntando com o aluguel e contas de serviços públicos de *Hojarasca* soma aproximadamente R\$ 1.700, tornando financeiramente bem difícil a sua situação.

Figura 14 – Possíveis consequências da saída de Francisco de *Hojarasca*.



Fonte: Pesquisa de campo 2013, elaborada pela autora.

Apesar da dificuldade em se analisar ou até mesmo trazer uma abordagem reducionista a respeito desta relação entre os irmãos que conclua se esta é ou não positiva economicamente; o que se faz necessário aqui é compreender a relação parental. Don Carlos quer ajudar seu irmão e se enxerga de tal maneira. É ele que tem aberto e ficado em tempo integral na loja os três dias em que ela funciona. Sua produção enche as prateleiras. Ele está em contato com os consumidores, é amável e está sempre buscando melhorar.

Don Carlos não concebe *Rena-ser* e *Hojarasca* como duas coisas distintas. Nesse aspecto, pode-se observar claramente a dificuldade em se analisar *Hojarasca* separadamente do sítio. Tanto a unidade produtiva como seu sistema de comercialização são os meios pelos quais o camponês se reproduz socialmente (SCHNEIDER, 2010), resultando na não separação nem das entradas econômicas e nem das despesas de cada um deles. Esta mescla dificulta a análise e a verificação de onde estão os “furos” econômicos da iniciativa, ou quais aspectos devem ser remanejados para seu crescimento.

SCHNEIDER (2010, p. 250) afirma, advertindo que isso ocorre de modo abrangente, que:

A mercantilização do mundo rural transforma formas sociais que antes produziam para viver em formas sociais que passam a viver para produzir bens de troca ou mercadorias. Ou seja, deixam de ter os mercados como espaços de interação social e passam a tê-los como espaço de subordinação e dominação. Aqui a reprodução social passa a ser cada vez mais dependente dos mercados (SCHNEIDER, 2010, p. 250).

Perante a citação e o exposto acima, constata-se que o camponês, Carlos Osorio, cria sua resistência ao continuar produzindo para viver, e concebe o mercado como espaço de interação social.

Don Carlos acredita que é o dinheiro recebido pelos grupos que visitam Rena-ser que está subsidiando a loja, que ela sozinha não se manteria. Desta forma, as dificuldades em manter a estrutura de *Hojarasca* hoje são grandes porque se depende somente de uma pessoa para mantê-la, o que torna a iniciativa economicamente vulnerável.

Tais desafios econômicos tomam dimensão maior dentro da própria racionalidade capitalista. Entretanto, para os camponeses, a maximização do lucro não é o fator chave. Para se compreender o campesinato é necessário abdicar da racionalidade capitalista, pois seu entendimento não segue a lógica da economia mercantil. É necessário compreender os aspectos sociais de sua existência, como os aspectos culturais presentes no cerne familiar (ABRAMOVAY, 1992).

Chayanov (1924, p. 478) afirma que:

Na teoria moderna da economia nacional tomou-se corrente considerar quase todos os fenômenos econômicos exclusivamente segundo o vocabulário próprio de uma economia capitalista. Todos os princípios da nossa teoria - renda, capital, preço e outras categorias - foram elaborados no âmbito de uma economia baseada no trabalho assalariado e visando a maximização dos lucros [...] Os outros tipos - não capitalistas - de vida econômica são considerados destituídos da importância ou em Vias de desaparecimento (CHAYANOV, 1924, p. 478).

Zaoual (2006) apesar de não citar o campesinato em sua teoria, a sítologia aplicada a novas economias das iniciativas locais e o *homo situs* aplicam-se bem no contexto aqui estudado. A racionalidade de Don Carlos é situada e sua vida, seus valores, anseios e necessidades estão intrínsecos ao *sítio* ao qual pertence. Por isso que por mais que existam tais dificuldades

financeiras na experiência aqui estudada, elas não são protagonistas. Elas não são o aspecto mais importante para Don Carlos, *homo situado*. Como um de seus clientes observou: “ele não faz [suas atividades em *Hojarasca*] com fins econômicos, senão que ele vibra com o que faz” (homem, 57 anos, consumidor há 13 anos).

A racionalidade econômica crê que valores da existência humana, como a identidade, a cidadania, ajuda mútua, solidariedade e, qualidade de vida estejam fatidicamente vinculados às suas relações mercantis (ZAOUAL, 2006). Porém, a racionalidade campesina não concebe a vida de tal forma.

Para Chayanov (1924, p. 481)

A economia natural, a vida econômica, a distinção entre o que é econômico e o que é lucrativo, as leis estranhas que regulam a vida social, apresentam-se de modo muito diferente das ideias e princípios fundamentais da nossa economia, tal como são correntemente expostos nos manuais. Só quando a economia monetária e a economia de troca se desenvolvem é que a gestão perde o seu carácter qualitativo. O interesse pela quantidade pura passa então para primeiro plano - a preocupação de obter a quantidade máxima, a qual, graças à troca, pode revestir, aliás, qualquer forma. À medida que a troca e a circulação monetária aumentam (portanto, que a economia se torna uma economia de *mercadorias*), a quantidade toma-se cada vez mais independente da qualidade e do significado específico desta última perante certas procuras (CHAYANOV, 1924, p. 481).

Para Don Carlos, tudo está interconectado, o seu sítio – Rena-ser, a Agroecologia, suas atividades diárias, seus clientes e amigos, *Hojarasca* - o espaço que ele considera uma extensão da sua própria casa, suas viagens a congressos, suas atividades educativas, etc.

A dificuldade financeira para ele, hoje, é mais um desafio dentre tantas outras dificuldades pelas quais ele já passou e superou. É mais um momento de novas decisões. Percebe-se que tal adversidade não é da agricultura em geral, nem da Agroecologia, mas sim, específicas do próprio contexto do agricultor: alto custo do aluguel, a falta de força de trabalho familiar que faz com que ele necessite contratar um empregado em período integral e também ajudantes em *Hojarasca*, por exemplo.

Sob outro ponto de vista, a iniciativa oferece um centro de oportunidades de trabalho (ver Apêndice D), recreação, cultura e educação⁸⁴, o que reforça sua importância e seu potencial no desenvolvimento rural endógeno e do papel do Estado na criação de políticas públicas adequadas.

⁸⁴ A Casa da Cultura de Carmen de Viboral que se localiza próxima a *Hojarasca* poderia oferecer espaço para a iniciativa, já que seus objetivos são convergentes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo de caso demonstra como os camponeses formam e transformam seus ambientes a partir de sua criatividade e capacidade de inovação. A criação de suas próprias respostas frente a inúmeras situações e contextos adversos confere duas características muito importantes que são a perseverança e a resiliência social. Tais características fortalecem a autonomia dos camponeses e reafirmam que estes são sujeitos protagonistas de seu próprio desenvolvimento, ao contrário do que se tem imposto com os novos pacotes tecnológicos (que vão desde a formação universitária de técnicos agrônomos, projetos de desenvolvimento transposto, extensão agrícola convencional, corporações do agronegócio, incluindo-se aqui empresas do setor orgânico, instituições de fomento à pesquisa e financeiro, etc.) que enxergam os camponeses e pequenos agricultores como ignorantes e atrasados.

Durante a transição agroecológica, os camponeses necessitam de uma ampla base de recursos, que vão desde a construção do conhecimento agroecológico, criação de mercados adequados ao novo contexto até incentivo financeiro. Este estudo demonstra que se necessita, também, de apoio e de iniciativa própria. O conjunto dos dois é essencial para gerar grandes transformações, já que o apoio sem iniciativa por si só não traz mudanças. Em contraposição, a iniciativa própria sem apoio pode sim gerar tais mudanças, mas as inúmeras dificuldades que residem em um processo que por si só já é complexo, podem levar à desistência ou inviabilidade da transição. Quando se consegue conciliar tais aspectos, o potencial de uma mudança mais completa em todos os segmentos do sistema agroalimentar é maior.

A Agroecologia em suas três esferas (prática, movimento e ciência) precisa de mais atenção e foco nas questões sociais e emocionais da transição agroecológica. As técnicas de manejo e os princípios ecológicos já estão bem estabelecidos e se tem avançado muito nesses conhecimentos. Porém, faltam estudos sobre as motivações que levam as pessoas a quererem transformações mais profundas, tratando aqui da transição agroecológica, e

como chegam a realiza-las ou não. Tal insuficiência indica a necessidade até mesmo de profissionais da psicologia e de outras diferentes áreas do conhecimento que tragam novos aportes a esta ciência. Entender tais aspectos e motivações ajuda os técnicos, investigadores, camponeses e movimentos sociais a direcionarem melhor suas ações, tornando-as mais precisas para o trabalho em campo.

O camponês, ao superar as dificuldades encontradas e reconstruir sua agricultura de maneira exitosa, enxerga-se como sujeito ativo e responsável por tal transformação, o que o torna orgulhoso de si, além disso, ele é reconhecido e valorizado. Para se encerrar a transição agroecológica, ou seja, desde o manejo e desenho do agroecossistema, até a concretização de mercados efetivos e coerentes com a Agroecologia, tem-se que levar em conta a necessidade de articular estratégias nesse processo, como as que buscam solucionar problemas que surjam como também as que previnam outros futuramente. Nesse sentido, o presente estudo descreve as estratégias de solução e prevenção que o agricultor e outros envolvidos criaram e que foram reconhecidas no diálogo com os consumidores, que sentem as consequências benéficas de tais estratégias, valorizando e reconhecendo a iniciativa como um todo. Essa relação que tem como base a confiança entre produtor e consumidor traz a estabilidade e autonomia para os agentes envolvidos nessa iniciativa.

A união dos mercados locais e da venda direta gera mecanismos de reciprocidade simétrica e, conseqüentemente, valores e princípios que excluem a necessidade dos sistemas de certificação orgânica, sendo este sistema de comercialização mais adequado e coerente à proposta agroecológica. São estes próprios valores criados a partir dos mecanismos de reciprocidade simétrica que legitimam a iniciativa. Desta maneira, este estudo serve, portanto, como base e oferece alguns princípios que podem auxiliar os profissionais da área a como focar seus trabalhos a partir de uma iniciativa bem sucedida no campo da Agroecologia.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

ABRAMOVAY, R. **Paradigmas do capitalismo agrário em questão**. 3. ed. São Paulo: Edusp, 2007. 296 p.

ACEVES, J, E. Las fuentes de la memoria: problemas metodológicos. **Voces recobradas**. Revista de Historia Oral, Buenos Aires, v. 3, n. 7, p. 6 – 6, 2000. Disponível em: <<http://www.historiaoralargentina.org/attachments/article/vocesrecobradas/RHO07.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

_____. Un enfoque metodológico de las historias de vida. **Proposiciones**, Chile, v. 29. p. 1- 7, 1999. Disponível em: <http://www.sitiosur.cl/publicaciones/Revista_Proposiciones/PROP-29/13ACEVES.DOC>. Acesso em: 13 mar. 2014.

ALBERTI, V. Histórias dentro da História. In: PÍNSKY, C. B (Org). **Fontes Históricas**. 2. ed. São Paulo: Contexto. 2008. p. 155 – 202.

ALLEN, P. Reweaving the food security safety net: Mediating entitlement and entrepreneurship. **Agriculture and Human Values**, v. 16, n. 2, p. 117-129, 1999. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-53149105953&partnerID=40&md5=2b67511b1639101a8de183b0b09d0372> >. acesso em 17 jun. 2014.

ALTIERI, M. A. **Agroecology, small farms and food sovereignty**. 2009. Disponível em: <<http://monthlyreview.org/2009/07/01/agroecology-small-farms-and-food-sovereignty>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

ALTIERI, M. A.; NICHOLLS, C. I. Scaling up agroecological approaches for food sovereignty in latin America. **Development**, v. 51, n. 4, p. 472-480, 2008. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-58449087813&partnerID=40&md5=a0b870cac1d63fb9b947c751a5715a7e>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

_____. **Diseños agroecologicos: para incrementar la biodiversidad de entomofauna benéfica en agroecosistemas**. 2. ed. Lima: SOCLA, 2013. 83 p.

_____. **Agroecología: única esperanza para la soberanía alimentaria y la resiliencia socioecológica**: Una contribución a las discusiones de Rio+20 sobre temas en la interface del hambre, la agricultura, y la justicia ambiental y social . 2012. Disponível em: <<http://rio20.net/wp-content/uploads/2012/06/final2.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

ALTIERI, M. A.; TOLEDO, V. M. The agroecological revolution in Latin America: Rescuing nature, ensuring food sovereignty and empowering peasants.

Journal of Peasant Studies, v. 38, n. 3, p. 587-612, 2011. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-79960616397&partnerID=40&md5=3cf5d9c17fd43c1a913f4169eafae818>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

ALZATE, C. G. **Violência, retorno e reterritorialização**: um estudo de caso sobre os camponeses de el Salado (Bolívar-Colômbia). 2012. 139 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Agronegócios, Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, Brasília, 2012. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12263/1/2012_CarolinaAlzateGouzy.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2014.

ANDRADE, L. M. S.; BERTOLDI, M. C. Atitudes e motivações em relação ao consumo de alimentos orgânicos em Belo Horizonte - MG. **Brazilian Journal of Food Technology**, v. 15, p. 31-40, 2012. ISSN 1981-6723. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-67232012000500006&nrm=iso>. Acesso em 17 jun. 2014.

AUBRY, C.; CHIFFOLEAU, Y. Le développement des circuits courts et l'agriculture périurbaine: histoire, évolution en cours et questions actuelles. **Innovations Agronomiques**, Paris, v. 5, n. 1, p.53-67, 2009. Disponível em: <<http://www.wikigarrigue.info/wakka.php?wiki=DossierThA2012/download&file=Vol5-5-Aubry.pdf>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

BAUER, M, W; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: Um manual prático. 2. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2003. 512 p.

CHAMBERS, S. et al. Local, national and imported foods: A qualitative study. **Appetite**, v. 49, n. 1, p. 208-213, 2007. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-34248548525&partnerID=40&md5=67ecc11566da659f7980312ed9c7f883>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

CUÉLLAR, M^a del Carmen; VARA, Isabel de. **Mercados locales y canales cortos de comercialización**: Implicaciones para un consumo responsable. 2011. Disponível em: <<http://ocw.unia.es/ciencias-agronomicas/la-construccion-de-la-soberania-alimentaria/ud3-mercadoslocalesycanalescortos>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

DANE. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Colômbia. **Censo general**. 2013. Disponível em: <<http://www.dane.gov.co/>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

DE SCHUTTER. **The transformative potential of the right to food**. p. 28, 2014. Disponível em: <http://www.srfood.org/images/stories/pdf/officialreports/20140310_finalreport_en.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2014.

DELGADO, M. C. El sistema agroalimentario globalizado: imperios alimentarios y degradación social y ecológica. **Economía Crítica**, n. 10, p. 32 - 61, 2010.

DENVER, S.; JENSEN, J. D. Consumer preferences for organically and locally produced apples. **Food Quality and Preference**, v. 31, n. 1, p. 129-134, 2014. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84885049729&partnerID=40&md5=cf3ae8fa6118bdcbd41787959d478ee9> >. Acesso em: 13 mar. 2014.

DUPUIS, E. M.; GOODMAN, D. Should we go "home" to eat?: Toward a reflexive politics of localism. **Journal of Rural Studies**, v. 21, n. 3, p. 359-371, 2005. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-23844438684&partnerID=40&md5=d1255818679c33b334983bdfac0be449> >. Acesso em: 13 mar. 2014.

ERNESTO MÉNDEZ, V.; BACON, C. M.; COHEN, R. Agroecology as a transdisciplinary, participatory, and action-oriented approach. **Agroecology and Sustainable Food Systems**, v. 37, n. 1, p. 3-18, 2013. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84874273883&partnerID=40&md5=a5d51c1be1225a7ec3357a1f89d1ef16> >. Acesso em: 13 mar. 2014.

ETC, Group. Quién nos alimentará? **Preguntas sobre las crisis alimentaria y climática**. Canadá, n. 102, p. 48, nov. 2009. Disponível em: <http://www.etcgroup.org/upload/publication/pdf_file/ETC_Who_Will_Feed_Us.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2014.

FAJARDO, D, M. Tierra, poder político y reformas agraria y rural. **Cuadernos Tierra, poder y justicia**, n. 1, p. 1 - 61, 2002. Disponível em:<http://www.kus.uu.se/CF/Cuaderno_01.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2014.

_____. **En el umbral de una “crisis alimentaria”?**. 2011. Disponível em:<http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/fsn/docs/HLPE/En_el_umbral_de_una_crisis_alimentaria.pdf>. Acesso em: 07 mar. 2014.

FERGUSON, R. S.; LOVELL, S. T. Permaculture for agroecology: Design, movement, practice, and worldview. A review. **Agronomy for Sustainable Development**, v. 34, n. 2, p. 251-274, 2014. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84899069191&partnerID=40&md5=bff430e7328e7d3aa2964051dff21e46> >. Acesso em: 21 jul. 2014.

FORERO, L.; URREA, D. **Colombia y TLC: Entre la movilización y el conflicto**. Disponível em:http://www.tni.org/sites/www.tni.org/files/download/art_2013_parotlccolombia_final01.pdf.. Acesso em: 20 mar. 2014.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou comunicação?** 8. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983. 93 p.

FREITAS, S. M. de. História oral: **possibilidades e procedimentos**. São Paulo: Humanitas/ FFLCH/USP: Imprensa Oficial do Estado, 2002.

GILG, A. W.; BATTERSHILL, M. Quality farm food in Europe: a possible alternative to the industrialised food market and to current agri-environmental policies: lessons from France. **Food Policy**, v. 23, n. 1, p. 25-40, 1998. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-0031792648&partnerID=40&md5=849ef99b59f446b9818717b0352f33e4> >. Acesso em: 13 mar. 2014.

_____. To what extent can direct selling of farm produce offer a more environmentally friendly type of farming? Some evidence from France. **Journal of Environmental Management**, v. 60, n. 3, p. 195-214, 2000. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-0034960637&partnerID=40&md5=ce4a5ac408db6f8b470ab68c994f5546> >. Acesso em: 13 mar. 2014.

GLIESSMAN, S, R; ROSEMEYER, M. The Conversion to Sustainable Agriculture: **Principles, Processes, and Practices**. Taylor & Francis Group, 2010. 380 p.

_____. **Agroecologia: processos ecológicos em agricultura sustentável**. 4. ed. Porto Alegre: Ufrgs, 2009. 637 p

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências sociais**. 8. ed. Rio de Janeiro: Record, 2004. 107 p.

GOODMAN, D. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 1-7, 2003. ISSN 0743-0167. Disponível em: < <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0743016702000438> >. Acesso em: 21 jul. 2014.

HALBWACHS, M. **A memória coletiva**. São Paulo: Centauro, 2006. 224 p.

HJELMAR, U. Consumers' purchase of organic food products. A matter of convenience and reflexive practices. **Appetite**, v. 56, n. 2, p. 336-344, 2011. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-79551589218&partnerID=40&md5=be24bbebdb20cef0b793066391a3e375> >. Acesso em: 13 mar. 2014.

HOLT-GIMÉNEZ, E. From food crisis to food sovereignty the challenge of social movements. **Monthly Review**, v. 61, n. 3, 2009. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0->

77950766060&partnerID=40&md5=171f03ebc0622ac4595c34ed9751c353 >. Acesso em: 21 jul. 2014.

HUMANAS, CORPORACIÓN. La violencia sexual una estrategia paramilitar en Colombia: **argumentos para imputarle responsabilidad penal a Salvatore Mancuso, Hernán Giraldo y Rodrigo Tovar**. Bogotá: Ediciones Antropos Ltda, 2013. 179 p.

ILBERY, B.; KNEAFSEY, M. Producer constructions of quality in regional speciality food production: A case study from south west England. **Journal of Rural Studies**, v. 16, n. 2, p. 217-230, 2000. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-0034177272&partnerID=40&md5=376b7d75b98ec6ed992d5319a25ae28b>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

LAKATOS, E, M; MARCONI, M, A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003. 311 p.

LAMINE, C.; DAROLT, M.; BRANDENBURG, A. The Civic and Social Dimensions of Food Production and Distribution in Alternative Food Networks in France and Southern Brazil. **International Journal Of Sociology Of Agriculture And Food**, Florida, v. 19, n. 3, p.383-401, jan. 2012.

LÓPEZ, G, D. Canales cortos de comercializacion como elemento dinamizador de las agriculturas ecológicas urbana y periurbana. In: I Congreso Estatal de Agricultura Acológica Urbana y Periurbana. 2011. **Anais...** 2011. p. 1 - 15. Disponível em: <<http://media.utp.edu.co/institutoambiental2011/archivos/documentos-relacionados-con-agroecologia-seguridad-y-soberania-alimentaria/coc-dinamizadores-de-la-agricultura-urbana-ecologica-y-periurbana.pdf>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

MACHADO, A. **La reforma rural, una deuda social y política**. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia, 2009. 197 p. Disponível em: <<http://www.cid.unal.edu.co/cidnews/archivos/ReformaRural.pdf>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

MAYORCA, J. Venezuela: los grupos guerrilleros y paramilitares como actores de la delincuencia organizadas. **Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales (ILDIS)**, Caracas, p.1-21, out. 2009. Disponível em: <<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/caracas/08792.pdf>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

MESCHIK, M.; METH, D. Public transport in rural areas - Possible solutions and effects on quality of life. **GAIA**, v. 17, n. 1, p. 42-49, 2008. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-41149132766&partnerID=40&md5=788747e411c67b3f95d2e42abf032214>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

MINAYO, M. C. de S. (Org). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 14a. ed. Petrópolis: Vozes, 1999, p 51-66.

MUÑOZ, F. B. R. Regímenes, sistema y crisis agroalimentaria. **El otro derecho**: El sistema agroalimentario: mercantilización, luchas y resistencias, ILSA: Bogotá, n. 42, p. 46 – 74, dez. 2010. Disponível em: <<http://ilsa.org.co:81/biblioteca/dwnlds/od/elotrdr042/2.pdf>>. Acesso em: jul. 2014.

NAVARRO, L. H.; DESMARAIS, A. A. Crisis y soberanía alimentaria: Vía Campesina y el tiempo de una idea. **El Cotidiano**. n. 153, p. 89 – 95, 2009.

NICHOLLS, C. I. Prologo. In: NICHOLLS, C. I.; RÍOS, L, A, O.; ALTIERI, M. A. Agroecología y resiliencia socioecológica: **Adaptandose al cambio climático**. Medellín: SOCLA, 2013. p. 207.

NIEMEYER, C. B. Via Campesina: Uma análise sobre sua gênese e processo de consolidação. **Raizes**, Campina Grande, v. 26, n. 2, p.59-70, 2007. Disponível em: <http://www.ufcg.edu.br/~raizes/artigos/Artigo_189.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2014

ORDÓÑEZ, F. G. La agroecología y la soberanía alimentaria como alternativas al sistema agroalimentario capitalista. Experiencia de la Fundación San Isidro (Duitama, Colombia). **El otro derecho**: El sistema agroalimentario: mercantilización, luchas y resistencias, ILSA: Bogotá, n. 42, p. 204 – 247, dez. 2010. Disponível em: <http://ilsa.org.co:81/node/520>. Acesso em: jul. 2014.

PETERSEN, P. (Org.). **Agricultura familiar camponesa na construção do futuro**. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2009. 168 p.

_____. Editorial. In: Sistematização: conhecimento que vem das práticas. **Revista Agriculturas**, v. 3, n. 2, 2006.

PORTELLI, A. Forma e significado na história oral. A pesquisa como um experimento de igualdade. **Projeto de História**: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP, São Paulo, n. 15, p. 7-24, 1997.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. **Variações sobre a técnica de gravador no registro da informação viva**. São Paulo: FFLCH-USP. Centro de Estudos Rurais e Urbanos-CERU, 1983.

QUINTERO, Gabriel J. Tobón. **El paro nacional agrario y el modelo de desarrollo rural**. 2013. Razon Publica. Disponível em: <<http://www.razonpublica.com/index.php/politica-y-gobierno-temas-27/7051-el-paro-nacional-agrario-y-el-modelo-de-desarrollo-rural.html>>. Acesso em: 21 jul. 2014.

ROCKSTRÖM, J. et al. A safe operating space for humanity. **Nature**, v. 461, n. 7263, p. 472-475, 2009. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-70349451894&partnerID=40&md5=5db9dbf18fe00b3899ae7b60c2f60f82> >. Acesso em: 21 jul. 2014.

ROSSET, P, M. Food Sovereignty: Global Rallying Cry of Farmer Movements. **Institute for Food and Development Policy Background**, California, v. 9, n. 4, p. 4, 2004.

_____. El hambre en el mundo y la ingeniería genética. ¿Una tecnología apropiada? In: FUNES-MONZOTE, F. R.; ROACH, E. F.F. **Transgénicos. ¿Que se gana? ¿Qué se pierde?** Havana: Publicaciones Acuario, 2009. p. 265-280.

_____. The multiple functions and benefits of small farm agriculture in the context of global trade negotiations. **Development**, v. 43, n. 2, p. 77-82, 1999. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-0034121233&partnerID=40&md5=4cfbc85baa5c412cf2cdb53e4d30af15> >. Acesso em: 13 mar. 2014.

_____. La crisis de la agricultura convencional, la sustitución de insumos y el enfoque agroecológico. **Agroecología y Desarrollo**, Santiago de Chile, v. 12, n. 11, p.1-70, 11 nov. 1997. Disponível em: <<http://www.clades.cl/revistas/1112/rev11art1.htm>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

_____. Mirando hacia el futuro: La Reforma Agraria y la Soberanía Alimentaria. **Mientras Tanto**, Icaria, p. 99-126, 2008. Disponível em: <http://www.ecosur.mx/index.php?option=com_academicpages&id=407#sthash.i7jT3X98.dpuf>. Acesso em: 13 mar. 2014.

ROSSET, P. M.; MARTÍNEZ-TORRES, M. E. Rural social movements and agroecology: Context, theory, and process. **Ecology and Society**, v. 17, n. 3, 2012. Disponível em: < <http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84867132835&partnerID=40&md5=a11ffe15513d84df55736c5e22977384> >. Acesso em: 13 mar. 2014.

SABOURIN, E. Os mecanismos de qualificação e certificação como interfaces entre reciprocidade e troca mercantil. In: CONTERATO, M. A. et al (Orgs). **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013. p. 190 - 211.

_____. Os mecanismos de qualificação e certificação como interfaces entre reciprocidade e troca mercantil. In: CONTERATO, M. A. et al (Orgs). **Mercados e agricultura familiar: interfaces, conexões e conflitos**. Porto Alegre: Via Sapiens, 2013. p. 190 - 211.

SAVIA, M. El impacto de la producción agroindustrial sobre el derecho a la alimentación. In: El año de la agricultura familiar: Políticas y alternativas en el agro. **America Latina en movimiento**, Ecuador, n. 496, 2014. Disponível em: <<http://alainet.org/revista.phtml>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

SCHLEENBECKER, R.; HAMM, U. Consumers' perception of organic product characteristics. A review. **Appetite**, v. 71, p. 420-429, 2013. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84885700824&partnerID=40&md5=ea91d0b4c4d1fab56d336d8899621e94>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

SCHNEIDER et al. A conquista da autonomia através dos mercados: como pequenos agricultores mudaram sua forma de produzir e comercializar a produção em Ipê. **Antropologia Política**, n. 28, p. 249-282, 2010. Niterói.

SMALL, E.; CATLING, P. M. Global biodiversity - The source of new crops. **Biodiversity**, v. 9, n. 1-2, p. 3-7, 2008. ISSN 1488-8386. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/14888386.2008.9712872>>. Acesso em: 13 jun. 2014.

UOL. Santos inclusão do ELN é garantia de que o conflito termina para sempre. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/efe/2014/06/10/santos-inclusao-do-eln-e-garantia-de-que-o-conflito-termina-para-sempre.htm>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

VERHAEGEN, I.; VAN HUYLENBROECK, G. Costs and benefits for farmers participating in innovative marketing channels for quality food products. **Journal of Rural Studies**, v. 17, n. 4, p. 443-456, 2001. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-0035654665&partnerID=40&md5=d22ec000ec0e9cd1ae6922937a60d2b7>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

VIA CAMPESINA. De Maputo a Yakarta: **5 Años de agroecología en La Vía Campesina**. Jakarta, Indonesia. 2013. p. 79.

VITALI, S.; GLATTFELDER, J. B.; BATTISTON, S. The network of Global corporate control. **PLoS ONE**, v. 6, n. 10, 2011. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-79959638738&partnerID=40&md5=6a6ca957943734a38f4b1feb5d1609b3>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

WINTER, M. Embeddedness, the new food economy and defensive localism. **Journal of Rural Studies**, v. 19, n. 1, p. 23-32, 2003. Disponível em: <<http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-0037216656&partnerID=40&md5=6b8131c35f95a3c7871d0444a78661c0>>. Acesso em: 13 mar. 2014.

ZAOUAL, Hassan. **Nova economia das iniciativas locais: Uma introdução ao pensamento pós-global**. Rio de Janeiro: Ufrj, 2006. 256 p.

APÊNDICE A

Transcrição da Avaliação Atual de *Hojarasca* por Don Carlos. Pergunta realizada durante a entrevista sobre comercialização.

GABRIELA: Carlos, uma pergunta muito profunda, como você avalia o momento atual de *Hojarasca*?

CARLOS OSORIO: Muito profunda. Pois, olha, há que ver por vários pontos de vista, eu gostaria muito de ter feito esta pergunta a [...] ou a [...] que são clientes há mais de 15 anos.

Hojarasca há 15 anos era quase que integral, digamos a loja *Hojarasca*. Éramos cinco produtores, onde todos estavam pendentes da loja, fazendo inovações, porque estavam tirando coisinhas que estavam elaborando nesse momento as cinco pessoas, o shampoo, as pomadas, os queijos, um pouco de cada coisa. Houve mudanças e hoje em dia já não estão as cinco pessoas. Houvera sido nesse momento o ideal, que cada pessoa que está cultivando, essas mesmas pessoas estivesse oferecendo ao público e contando-as nossas dificuldades e nossas vitórias também. Agora como podes ver, a rapadura eu trago de outra parte que não conhecemos, eu sim conheço, fabricam ali no município de Corconado, mas vê que essa rapadura vem de outro lado, o chocolate que vem de outra parte, o mel de abelha, há 15 anos era uma pessoa que estava na loja e quem o tirava. Agora é assim. Tem sido com a mesma tendência, dos alimentos saudáveis, dos orgânicos que eu vendo. Mas, então como fiquei sozinho, tive que acudir a provedores, digamos externos ou esporádicos, que não estão no Grupo *Hojarasca*, não estão incorporados, nem estão vindo a loja com frequência colocar os produtos. Para mim *Hojarasca* nesse momento é o máximo, não sei como, mas há muitas vendas, nunca havia tido vendas tão altas como as de agora, nem havíamos estado num lugar tão amplo, com tanta comodidade para os clientes e para a gente mesmo, como que tem agora, mais pessoalmente para mim. Mas, *Hojarasca* como grupo, eu penso que talvez tivesse sido melhor como começamos, como grupo, porque éramos cinco que estávamos nos apoiando, que estávamos pagando o aluguel, que estávamos compartilhando triunfos e também dificuldades. Então, estávamos muito apoiados entre si. Ao contrário de agora, que cabe somente a mim, desfrutar de tudo, desfrutar dos ganhos, mas também todas as dificuldades que a gente leva em pagar um aluguel tão caro, isso falando mais da parte econômica. Eu não sei como será para o consumidor, como vê *Hojarasca* de 15 anos para cá. Gostaria muito de saber e ficou uma inquietação em mim.

APÊNDICE B

1. Roteiros de Entrevistas

1.1. Roteiro Entrevista Social e Histórica

Antes de Rena-ser

Cuál es el origen de su familia.

Lo que sus abuelos hacían. Como hacían, cuando y en cuanto de tierra.

Que cultivaban y cómo.

Lo que sus padres hacían. Como hacían, cuando y en cuanto de tierra. Que cultivaban y cómo.

Cuando que fue la primera vez que cultivo. Cuáles eran sus productos preferidos cuando niño. Cuál era su relación con la tierra y con el trabajo en la finca de sus padres.

Como se distribuía el trabajo en la finca.

Prácticas tradicionales

Qué prácticas tradicionales existen o que han existido en la zona.

Utiliza alguna de ellas.

Que prácticas de cultivo aprendió de sus padres o de sus abuelos.

Como era la finca de sus padres y su casa.

Alguien de su familia fue afectado directamente o indirectamente por el conflicto armado.

Siempre vivieron en el Carmen. Si no, cuáles fueron los motivos que los levaran a Carmen y en qué época.

Usted ya trabajo en alguna otra actividad, así sea de manera temporal. Si sí, cuáles.

Cómo la finca fue adquirida.

Finca y agricultura convencional

Cuáles eran los principales cultivos, entradas económicas y fuerza de trabajo en la finca.

Cuál era el manejo utilizado en la finca.

Cuales químicos utilizaba (citar nombres).

Cuántas veces en la semana los aplicaba.

Como hacia el manejo de los agroquímicos.

Cuántos años trabajo con este tipo de agricultura.

Para donde iban los productos y para quién los vendían.

Que pensaba sobre los intermediarios. Como te parecía vender a los intermediarios?

Bajo este esquema, esta actividad era rentable?

Cómo era su calidad de vida y la de su familia?

La renta que entraba era solamente de la venta de la producción o tenía otras entradas financieras? Se sí, cuáles?

En esto tiempo ya conocía la agricultura ecológica? Se sí, que pensabas sobre ella?

Salud

Cuando empezaran los problemas de salud.

Cuáles eran los síntomas.

Por cuánto tiempo se quedó enfermo.

Se demoró mucho tiempo hasta que procurara un médico.

Cómo que fue con el médico.

Cómo reacciono.

Cómo que fue la asimilación de la información en la hora, a medio plazo y largo plazo.

Inicio de la transición y nacimiento de Rena-ser

Cuando decidiste cambiar de actividad?

Pensó en algún momento en otra alternativa?

Por qué no lo hizo?

Tuvo apoyo de la familia y/o financiero y/o otro?

Por qué el nombre Rena-ser?

Recibió algún tipo de crédito? De cuánto? Consiguió pagar?

Tenía deudas anteriores?

Ya sabía un poco de la agricultura orgánica? Conocía alguna experiencia?

Como empezó la transición? Cuáles fueron los pasos?

Como que hizo para desintoxicar el suelo?

Por cuales cultivos empezó, por cuales áreas.

Cómo eligió los cultivares y las nuevas plántulas?

Como obtuvo las primeras semillas y plántulas? Cuando empezó hacer banco de semillas?

Cómo era el suelo, la disponibilidad de agua, energía eléctrica, la biodiversidad y la salud de los cultivos de la finca?

Cuántas horas de trabajo semanal demandaba el trabajo en la finca durante la transición?

Pensando en estos pasos de la transición, como que usted la clasificaría de acuerdo con los diferentes momentos que usted paso durante la transición (niveles de transición agroecológica hechos por Carlos)

Cómo que fue la renta familiar en esto inicio de la transición?

Cuales fueran las oportunidades y las ayudas que usted encuentre en el camino?

Y las dificultades?

Cuáles fueron los elementos que funcionaran como condiciones esenciales para que esa transición ocurriese bien? (créditos, subsidio, proyectos, apoyo y/o ayuda de la familia o de otra persona o institución, voluntad propia, etc.).

Como influencio la transición en la calidad de la alimentación familiar?

Cuál fue el papel del Estado en esto proceso de mejorías?
Y de las ONG y otras entidades sociales?

Actividades educativas

Se han realizado actividades que faciliten el intercambio entre productores/as y la transmisión de conocimientos sobre prácticas agropecuarias tradicionales.

¿Quién las organiza.

¿Cuándo empezó a recibir grupos de colegio y de universidad.

¿Cómo son organizadas y preparadas las visitas a su finca cuando recibe grupos.

¿Siempre fue así o ha cambiado con el tiempo.

¿Cuáles son las visitas que crees que son más productivas y porque.

Lo que gustaría de cambiar en ellas.

Gana algún tipo de incentivo financiero para recibir estos grupos. Se sí, cuánto. Es fijo o puede cambiar de acuerdo con los grupos.

De alguna forma, recibir los grupos o las actividades que no sean necesariamente trabajar en la finca (en los cultivos) perjudica el trabajo en el campo.

Se sí, como hacer para compensarlo para que no perjudique más después en la venta en *Hojarasca* o con el trabajo retrasado.

Cuantos eventos científicos o no ha participado.

Lo que tiene aprendido en ellos.

Como te parece los caminos que la agroecología ha tomado dentro de la academia.

Cómo que usted ve la aproximación entre campesinos, universidad y colegios.

Cuál es la importancia.

Cuales investigaciones o trabajos han hechos en la finca.

Cuando fueron hechos, por quien y lo que fue hecho.

Usted está satisfecho con las investigaciones y con los trabajos que son hechos en Rena-ser, tanto la manera de si trabajar, las relaciones entre usted y los investigadores, la transparencia y comprometimiento con el trabajo.

Cómo piensa que debería ser esta relación de trabajo entre los investigadores y los campesinos.

Anteriormente a las actividades educacionales, ya tenía este deseo.

Como y porque empezó.

Cual fue la sensación y el entendimiento de la importancia de no trabajar sólo individualmente pero en el colectivo y pasarle adelante todo el conocimiento que ha realizado.

Cuantas entrevistas ha hecho.

Cuantos videos ha grabado.

Cuáles son las potencialidades de Carmen de Viboral que usted cree y que tampoco son aprovechadas. (Tanto educativas, como productivas, de la parte de la universidad de lo oriente, de las fincas y campesinos).

Como persona que le ha aportado la agroecología.

Donde usted estuvo, tanto en Colombia como fuera de su país para representar su experiencia y su conocimiento.

Como que son estas experiencias fuera de su país y lo que ha aprendido en ellas.

Vida comunitaria

Cómo es su relacionamiento con los vecinos y productores?

Cómo es vista su forma de hacer agricultura? Ha reconocimiento de los vecinos, del municipio y fuera del?

Hay algún tipo de cooperación, relación de trueque o de regalo?

Participa de algún tipo de asociativismo o tiene ganas de hacerlo? Por qué y porque no lo hizo todavía?

Tu familia tiene interés en mantener Rena-ser en el futuro?

Puedes distinguir en su historia diferentes momentos de aprendizaje del ser campesino?

1.2. Roteiro Entrevista Comercialização

1. Cuantas personas trabajan en *Hojarasca*? Directamente en la comercialización de los productos e indirectamente (restaurante y panes, clases)
2. Cuál es el acuerdo para el uso del espacio?
3. Como se fijan los precios de los productos de la tienda?
4. Cuáles son las fuentes de renta? (Venta de productos de *Hojarasca*, visitas a la finca, cursos, pagos por proyectos)
5. Cuáles son los canales de comercialización permanentes:

- *Hojarasca*:

Dia	Hora
-----	------

¿Quién lo hace?

- Feria del Jardin Botanico:

Dia	Hora
-----	------

Quien lo hace:

6. Hay alguna otra?

- En relación la venta directa:

1. Como empezó a hacer la comercialización directa? Porque?
2. Porque no vender a un intermediario?
3. Cuando empezó tenía claro lo que estaba haciendo?

- En relación a los consumidores:

1. Hay alguna planificación entre producción-consumo (en la entrevista de producción)
2. Como que fue el encuentro inicial con los consumidores?
3. Cuantos eran en el inicio y como que fue creciendo?
4. Cuantas sedes ha tenido *Hojarasca*?
5. Cuando ha cambiado de sede ¿Se siente la diferencia en las ventas o el número de personas que lo visitan? Como era?
6. Si es positivo, ¿cómo recuperaba la clientela de nuevo?

7. Como estrecha sus vínculos con los consumidores?
8. ¿Hace algunas actividades para que los consumidores se acerquen a lo que usted produce?
9. ¿Como logra generar confianza?
10. Hay negociación o diálogo entre consumidor-productor? Por ejemplo, para producir un alimento específico que la persona quiera, de los valores, del trueque, etc.)
11. No todos los productos están disponibles durante todo el año, hay quejas de los clientes? Como las resuelve?
12. Ya me hablaste que algunos productos que no eran muy conocidos o aceptados en la tienda y que tu lograste introducirlos en *Hojarasca* y hoy ya son productos con buena aceptación. ¿Cómo crees que lograste esto? Cual son las estrategias que Ud. usa?
13. Como Ud. evalúa el momento actual de *Hojarasca*?

- En relación a cuestiones de certificación de la producción:

1. Ya le hizo falta esto en algún momento?
2. Desde su punto de vista, porque cree que logro una comercialización tan estable y directa sin la necesidades de certificaciones?
3. Que piensas sobre las certificaciones de productos orgánicos?

- Qué vende en *Hojarasca* de Rena-ser:

Cultivados:

Beneficiados:

- Qué y de donde viene los demás productos?

Cultivados:

Beneficiados:

1. Cuáles son las ventajas de la transformación de los alimentos?
2. He recibido capacitación para la elaboración de estos alimentos?
3. Caules?

2. Roteiros do Diagnóstico Rural Participativo – DRP

2.1. Diagrama de Venn

Objetivo: Explorar o ambiente interno e externo de Rena-ser e de *Hojarasca*, identificando e caracterizando as relações com as instituições e grupos existentes.

1. Material necessário.
2. Passo a passo da atividade.
3. Coleta de dados.

Material necessário.

Cartolina, lápis de cor vermelho, azul e preto, marcadores, cartão com legenda das relações, roteiro impresso, caderno de campo, gravador, máquina fotográfica, esboço de um diagrama de Venn hipotético,

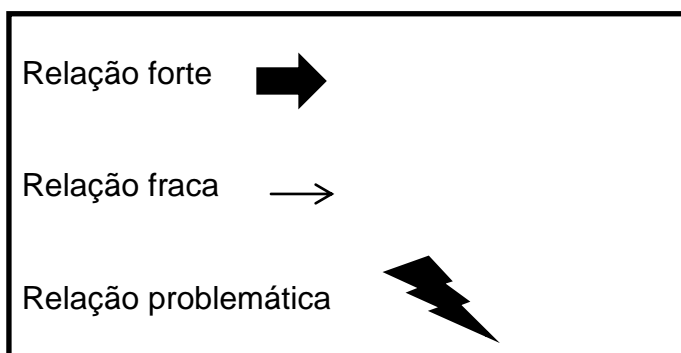
Passo a passo da atividade:

1. Carlos desenha o sítio Rena-ser e *Hojarasca* no centro da cartolina, fica a critério dele escolher a forma que vai desenhar (quadrado, círculo, etc.).
2. Após, começar com algumas perguntas norteadoras:
 - Quais as instituições e grupos que existem no sítio e fora dele.
 - Quais os contatos ou organizações que Carlos sente mais perto? (colocar os mais frequentes mais próximos do sítio e os menos frequentes, mais distantes)
 - Esta organização é importante para vida de seu sítio ou de *Hojarasca*?
 - Como se dá esta relação? Como é o clima quando tem contatos com eles?
 - Já houve conflitos?
3. Uma vez identificada e escritas ao redor de Rena-ser e de *Hojarasca*, cada uma das instituições/grupos, pedir a Carlos para descrever como é o grau de importância e o tipo da relação. Isto pode ser visualizado de diferentes formas:

Segundo o grau de importância da relação:

Grande importância (Cor vermelha)
Média importância (Cor azul)
Pequena importância (Cor preta)

Segundo o tipo da relação (Uma que sai da instituição para Rena-ser e outra de Rena-ser para a instituição) de canetinha verde:



4. Começar a discussão a partir destes tópicos:
 - Estas relações sempre foram assim ou foram mudando de acordo com esses 20 anos?
 - Tem algum ator ou instituição que foi importante para sua transição e que não consta aqui, pois hoje não está mais presente? Como que você

vê essas instituições analisando através do tempo (passado e presente)?

- Como que estas relações se estabeleceram (se fortalecendo ou se enfraquecendo)?
- Quais os papéis que estas instituições têm ou tiveram?
- Porque você acha que tais x instituições são mais próximas e outras como, por exemplo, x, não são?
- Como Carlos vê as potencialidades e oportunidades que são aproveitadas ou perdidas nestas relações?
- Em relação ao poder público, há incentivos?
- Como poderia ser feito para melhorar?
- Qual foi o papel do estado neste processo?
- E das organizações e entidades sociais? Quais e quando?

Los usos

- Identificar las instituciones que existen
- Establecer cómo son percibidas las instituciones
- Entender cuáles instituciones podrían jugar distintos roles en las actividades de desarrollo
- Analizar las relaciones sociales y de poder de las diferentes instituciones
- Asegurar que todas las instituciones relevantes sean incluidas en un plan para tomar cuenta de actividades particulares.

APÊNDICE C

Plano de Observação e coleta de dados em *Hojarasca*

Quantas pessoas trabalham direta e indiretamente na comercialização dos produtos? Destas quantas pessoas são da família?

Relações de trocas, presentes e agrados.

Utiliza embalagens para as vendas?

Aprofundar o tipo de relação que se estabelece entre produtor e consumidor.

Perde produtos da colheita por problemas ou defeitos no circuito de distribuição? Por exemplo, transporte, manuseio, armazenamento.

Precisa armazenar alimentos? Se sim, como o faz?

Como se dá a relação com os consumidores?

Vantagens e inconvenientes deste canal de comercialização.

Faixa etária dos consumidores e sexo.

1. Cuales productos son transportados?
2. Como son transportados?
 - Transformación
1. Cuales alimentos pasan por alguna transformación?
2. Como lo hace?
3. Destino de los alimentos transformados:

APÊNDICE D

Figura 15 - Pessoas envolvidas em Hojarasca.

Local	Pessoas envolvidas
Rena-ser	01 proprietário residente 01 empregado 03 ajudantes esporádicos para auxiliar na cozinha e na limpeza com os grupos.
El Piñal	01 proprietário residente 01 empregado
La Rosita	13 moradores
Sítio C. R.	01 proprietário
Fornecimento de produtos vegetarianos	02 produtores
Fornecimento de champignons	01 envolvido no mínimo
Fornecimento de rapadura	01 envolvido no mínimo
Fornecimento de chocolate	01 envolvido no mínimo
Fornecimento de mel	01 envolvido no mínimo
Fornecimento de folha de coca	01 envolvido no mínimo
Fornecimento de doces	01 produtor
Hojarasca	01 encarregada pelo restaurante 01 cozinheira 02 auxiliares de cozinha 02 auxiliares na venda agrícola 01 vendedora de pães 03 professores no mínimo (inglês música e ioga).
Total:	39 pessoas

Fonte: Pesquisa de campo 2013, elaborada pela autora.