



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
INSTITUTO DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOSSOCIOLOGIA DE
COMUNIDADES E ECOLOGIA SOCIAL

BARBARA LUCIA GUIMARÃES ALVES

A politização do consumo e a produtivização da natureza na comercialização de orgânicos e configuração dos ‘kits de subjetividade’ no caso dos agricultores urbanos do entorno do maciço da Pedra Branca

RIO DE JANEIRO

2020

A politização do consumo e a produtilização da natureza na comercialização de orgânicos e configuração dos ‘kits de subjetividade’ no caso dos agricultores urbanos do entorno do maciço da Pedra Branca

Tese de doutorado submetida ao Programa de Pós-graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (EICOS), Instituto de Psicologia, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de doutora em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social.

Orientador: Prof. Dr. Frederico Augusto Tavares Junior

RIO DE JANEIRO

2020

FOLHA DE APROVAÇÃO DE DOUTORADO

Barbara Lucia Guimarães Alves

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Resíduos A politização do consumo e a produtização da natureza na comercialização de orgânicos e configuração dos 'kits de subjetividade' no caso dos agricultores urbanos do entorno do maciço da Pedra Branca.

Tese submetida ao Programa de Pós-graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (EICOS), na linha Ecologia social, comunidades e sustentabilidade, Instituto de Psicologia, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de doutora em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social.

Aprovada em 13 de novembro de 2020 por:



Prof. Dr. Frederico Augusto Tavares Junior - UFRJ Orientador
Instituto de Psicologia. Programa de Pós-graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social/Universidade Federal do Rio de Janeiro



Prof.ª Dra. Marta de Araújo Pinheiro - Professora Titular. Faculdade de Comunicação (ECO) e Programa de Pós-graduação EICOS - IP/UFRJ, da Universidade Federal do Rio de Janeiro



Prof.ª Dra. Mônica Machado Cardoso – Professora permanente do Instituto de Psicologia -. Programa de Pós-graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social/Universidade Federal do Rio de Janeiro



Prof. Dr. Felipe da Costa Brasil – Prof. Dr. do Mestrado Profissional em Ciências do Meio Ambiente e do curso de Graduação em Engenharia Ambiental da Universidade Veiga de Almeida - Rio de Janeiro



Prof. Dr. Adelson Paulo de Araújo - Prof. Dr. Titular do Departamento de Solos da
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro - Orientador dos Cursos de Pós-Graduação em
Ciência do Solo e de Fitotecnia da UFRRJ

- Na natureza da pesquisa são pensadas e ressignificadas as questões de desenvolvimento e compromissos de sustentabilidade, segundo perspectivas de inclusão social, dinâmicas culturais e construção de cidadania, pensando a ecologia como composição de subjetividades. Tendo como objetivo investigar da incidência de “kits de subjetividade” atuando sobre produtores e consumidores “verdes”, podendo promover agenciamentos ou produtização da natureza.

Alves, Barbara Lucia Guimarães

A474p A politização do consumo e a produtização da natureza na comercialização de orgânicos e configuração dos “kits de subjetividade” no caso dos agricultores urbanos do entorno do maciço da Pedra Branca / Barbara Lucia Guimarães Alves. -- Rio de Janeiro, 2020. 220 f.

Orientador: Frederico Augusto Tavares Júnior. Tese (doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Psicologia, Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, 2020.

1. Politização do consumo. 2. Produtização da natureza. 3. Produtores e consumidores “verdes”. 4. “Kits de subjetividade”. 5. Resíduos. I. Tavares Júnior, Frederico Augusto, orient. II. Título.

Elaborado pelo Sistema de Geração Automática da UFRJ com os dados fornecidos pelo(a) autor(a), sob a responsabilidade de Miguel Romeu Amorim Neto - CRB 7/6283.

Com gratidão ao meu pai Waldyr Alves Paraná Guimarães

(in memoriam)

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador Professor Doutor Frederico Tavares, com grande admiração, pela supervisão e apoio durante todo o percurso da pesquisa. Pela oportunidade de crescimento profissional, compartilhando seus conhecimentos e apontando caminhos.

Ao Programa EICOS que tornou possível o desenvolvimento deste trabalho.

Aos professores do Programa EICOS, em especial ao Professor Dr. Milton Campos e ao Professor Dr. Michel Thiollent pela dedicação na transmissão dos seus conhecimentos.

A minha família pela compreensão e incondicional apoio durante todo o processo nestes últimos anos. A minha filha e incentivadora Nathalia Guimarães Alves, responsável pelo meu ingresso ao Programa. Ao meu marido Alfredo Iglesias Alves, pelas exaustivas revisões partilhadas comigo. A minha mãe Matilde da Silva Santos Guimarães, pela total autonomia, independência dos meus cuidados e disponibilidade de sua presença em qualquer situação.

À equipe da AGROVAGEM.

À equipe da AGROPRATA.

À equipe da Rede CAU.

As minhas amigas: Carmen Rodriguez pela minha condução ao processo de seleção doutorado e ajuda na delimitação do campo de estudo e Marlen Ramalho, pelas parcerias construídas nestes quatro anos.

À M.Sc. Celma Azevedo pelo apoio concedido ao desenvolvimento da pesquisa e na sua continuidade.

Aos membros da banca pela disponibilidade e pronto aceite para sua composição. Bem como a todos que se dispuseram prestigiar esse momento, em especial àqueles que permitiram compor o quadro de suplentes.

Aos colegas dos Grupos de Pesquisa Psycon e Rizoma Verde pelas parcerias estabelecidas no desenvolvimento da tese.

Ao orientador do meu Curso de Mestrado – PEAMB/UERJ, Professor Dr. Júlio Domingos Nunes Fortes pela sua incondicional disponibilidade, incentivo e apoio para o meu crescimento acadêmico.

ALVES B. L. G. A politização do consumo e a produtivização da natureza na comercialização de orgânicos e configuração dos ‘kits de subjetividade’ no caso dos agricultores urbanos do entorno do maciço da Pedra Branca. 2020. Tese (Doutorado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Programa EICOS/Instituto de Psicologia – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

RESUMO

A tese trás para o cenário do cultivo de produtos orgânicos e agroecológicos uma análise relativa à politização do consumo, que estaria relacionada à presença de ativismos em torno de consumo de alimentos com características “verdes”, nos quais estariam impressas qualidades inerentes à sustentabilidade, através das expressões alavancadas pelo marketing e pela mídia. E, no mesmo contexto, dialoga sobre questões relacionadas à produtivização da natureza, sob a configuração dos “kits de subjetividade”, representados por subjetivações que flutuam nas mentes de produtores e consumidores, cujos pressupostos teriam como lógica a utilização dos resíduos orgânicos usados para a fertilização das lavouras, que poderiam estariam elevados à condição de produtos, nos quais o não capital se transforma em capital. Assim, tendo como perspectiva duas vertentes epistemológicas, a fluidez expressa na contemporaneidade e as influências de um capitalismo que é mundial e integrado, sob a forma de um capitalismo rizomático, representado pela figura um rizoma, feito de dimensões e não de unidades, tendo direções movediças, se constituindo de multiplicidades, sob um prisma de um Ecopoder circulante entre os atores sociais que buscam o “consumo verde”, configurando intervenções biopolíticas. O campo de atuação se situa no âmbito dos agricultores urbanos, na zona de amortecimento do maciço da Pedra Branca, Zona Oeste do Rio de Janeiro, Brasil. O objeto do estudo está centrado na investigação sobre a possibilidade de ocorrência de politização do consumo e de produtivização da natureza, no eixo das subjetividades. A metodologia é uma Análise de Conteúdos, sob a ótica de Bardin. Constituiu-se pela investigação em torno dos objetivos traçados, com a análise realizada entre os consumidores e produtores, no âmbito das feiras que ocorrem no perímetro urbano que circundam o Maciço da Pedra Branca. Concluindo-se que ocorrem pistas tanto de politização do consumo, quanto de produtivização da natureza, nos quais se percebe a intercorrência nas relações sociais e na natureza, através da presença dos “Kits de subjetividade”.

Palavras-chave: Politização do consumo. Produtivização da natureza. Produtores e consumidores “verdes”. “Kits de subjetividade”. Resíduos.

ALVES, B. L. G. A politização do consumo e a produtilização da natureza na comercialização de orgânicos e configuração dos 'kits de subjetividade' no caso dos agricultores urbanos do entorno do maciço da Pedra Branca. 2020. Tese (Doutorado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Programa EICOS/Instituto de Psicologia – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2020.

ABSTRACT

The thesis brings to the scenario of the cultivation of organic and agroecological products an analysis related to the politicization of consumption, which would be related to the presence of activism around the consumption of foods with “green” characteristics, in which the inherent qualities of sustainability would be printed, through expressions leveraged by marketing and the media. And, in the same context, it dialogues on issues related to the production of nature, under the configuration of “subjectivity kits”, represented by subjectivations that float in the minds of producers and consumers, whose assumptions would have as logic the use of organic waste used for fertilization. Of crops, which could be elevated to the condition of products, in which non-capital becomes capital. Thus, having as perspective two epistemological aspects, the fluidity expressed in contemporary times and the influences of a capitalism that is global and integrated, in the form of a rhizomatic capitalism, represented by the figure a rhizome, made up of dimensions and not of units, having directions shifting, constituting multiplicities, under the prism of an Ecopower circulating among social actors that seek “green consumption”, configuring biopolitical interventions. The field of action is located within the scope of urban farmers, in the buffer zone of the Pedra Branca massif, West Zone of Rio de Janeiro, Brazil. The object of the study is centered on the investigation of the possibility of the politicization of consumption and the exploitation of nature, on the subjectivity axis. The methodology is a Content Analysis, from the perspective of Bardin. It was constituted by the investigation around the objectives set, with the analysis carried out between consumers and producers, in the scope of the fairs that take place in the urban perimeter that surround the Massif da Pedra Branca. In conclusion, there are clues to both the politicization of consumption and the production of nature, in which the intercurrency in social relations and in nature is perceived, through the presence of “Subjectivity kits”.

Keywords: Politicization of consumption. Production of nature. “Green” producers and consumers. “Subjectivity kits”. Waste.

LISTA DE SIGLAS

- AARJ – Articulação de Agroecologia do Rio de Janeiro
- ABIO-RJ – Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro
- ABRELPE – Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Perigosos
- AEARJ – Associação dos Engenheiros Agrônomos do Rio de Janeiro
- AGROVARGEM – Rede Ecológica de Agricultura de Vargem Grande
- AGROPRATA – Associação de Agricultores do Rio da Prata
- ANA – Articulação de Agroecologia
- AS-PTA – Agricultura Familiar e Agroecologia
- CCFO – Circuito Carioca de Feiras Orgânicas
- CMI – Capital Mundial Integrado
- CNAU – Coletivo Nacional De Agricultura Urbana
- CONSEA-RJ – Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional do Município do Rio de Janeiro
- DAP – Declaração de Aptidão do PRONAF
- EC – Economia Circular
- EMATER – Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural
- EMBRAPA – Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
- FETAESP – Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar do Estado de São Paulo
- FIOCRUZ – Fundação Osvaldo Cruz
- FRAC – Feira da Roça, agroecologia e cultura
- INEA – Instituto Estadual do Ambiente
- IPTU – Imposto Predial e Territorial Urbano
- ITR – Imposto Territorial Rural
- MPA – Movimento dos Pequenos Agricultores
- NGBS – Projeto Agroecológico do Núcleo de Gestão em Biodiversidade e Saúde de Farmanguinhos
- ONU – Organização das Nações Unidas

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento

PERS-RJ – Plano Estadual de Resíduos Sólidos do Rio de Janeiro

PESAGRO – Empresa de Pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro

PMGIRS-RJ – Plano Municipal de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos da Cidade do Rio do Rio de Janeiro do Rio de Janeiro

PROFITO – Projeto das Redes FITO

PEPB – Parque Estadual da Pedra Branca

PEU – Programa de Estruturação Urbana

PRONAF – Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar

REDE CAU – Rede Carioca de Agricultura Urbana

RSU – Resíduos Sólidos Urbanos

SAFs – Sistemas Agroflorestais

SPG – Sistema Participativo de Garantias

UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro

UFRRJ – Universidade federal Rural do Rio de Janeiro

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

1. INTRODUÇÃO	29
2. ASPECTOS PSICOSSOCIAIS E A TEMÁTICA AMBIENTAL SOB A ÓTICA DO CONSUMO E DA GERAÇÃO DE RESÍDUOS	36
2.1. O CONSUMO E A GERAÇÃO DE RESÍDUOS NA PÓS-MODERNIDADE	36
2.1.1. Entre a disciplina e o controle no contexto do consumo	37
2.1.2. “Modos de ser” versus “modos de ter” e o aumento residual.	41
2.1.3. Das garras do Capitalismo Mundial Integrado ao Capitalismo Rizomático	43
2.1.4. Movimentos globalizantes e efeitos sobre as comunidades	48
2.1.5. Em busca do tesouro perdido	52
2.2. A RELAÇÃO ENTRE A ECOLOGIA E A PSICOSSOCIOLOGIA	54
2.3. O ELO ENTRE A SOCIEDADE, O MEIO QUE A ENVOLVE E AS SUBJETIVAÇÕES: A “ECOSOFIA”	55
2.4. CERTEZAS, AMBIVALÊNCIAS E CONTRADIÇÕES	58
3. AS DIFERENTES FACES DO CONSUMO E SUAS RELAÇÕES COM A SUBTRAÇÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS	63
3.1. O CONSUMO	64
3.1.1. Do consumo à geração de resíduos	67
3.2. O CONSUMISMO	69
3.2.1. A relação entre o consumo e o consumismo	71
3.2.2. O consumismo como fator de interferência na produção de resíduos sólidos	73
3.2.2.1. Resíduos sob a ótica do consumismo	75
3.2.2.2. Resíduos e suas novas significações	77
3.2.2.3. Resíduos, demografia, cultura e riquezas	78
3.3. O CONSUMERISMO	80
3.4. O PÓS-CONSUMO	83
4. A SUSTENTABILIDADE NA ERA DO CONSUMO E DA LIQUIDEZ	85
4.1. A LIQUIDEZ COM BASE EM BAUMAN	86
4.2. AS SUBJETIVIDADES DO “CONSUMO VERDE” NO CAMPO DAS SUSTENTABILIDADES	88
4.2.1. A natureza produtivizada	90
4.2.2. Os “Kits de Subjetividade” no sentido rizomático e a influência das marcas	91
4.3. A PERSPECTIVA DO CONSUMO NA FLORESTA COMESTÍVEL VISANDO À SUSTENTABILIDADE	97
4.3.1. A obsolescência dos materiais residuais	101

4.4. A SOCIEDADE PARTICIPATIVA <i>VERSUS</i> RESÍDUOS SÓLIDOS NA PONTA DA CADEIA PRODUTIVA: UMA PERSPECTIVA PARA A SUSTENTABILIDADE?	104
5. CONSUMIDORES E PRODUTORES: UM OLHAR PSICOSSOCIOLÓGICO SOBRE OS ATORES EM POLOS DISTINTOS	108
5.1. DA CONDIÇÃO DE PRODUTORES PARA O PAPEL DE CONSUMIDORES: JUNTOS E MISTURADOS?	109
5.2. AS NOVAS TENDÊNCIAS MERCADOLÓGICAS NA PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE ALIMENTOS	111
5.2.1. O locavorismo	112
5.2.2. Tendências para aplicação de novos modelos econômicos: um olhar para a comercialização de produtos na pós-modernidade	114
5.2.2.1. A Economia Circular	114
5.2.2.2. A Economia Solidária	118
6. METODOLOGIA	121
6.1. CORPUS DOCUMENTAL	122
6.1.1. Pesquisa Bibliográfica	122
6.1. 2. Pesquisa Documental	123
6.1.3. Definição do Campo de Atuação	124
6.2. COLETA DE DADOS	132
6.2.1. A aplicação da análise de conteúdos e a categorização	133
7. ANÁLISE DOS RESULTADOS	138
7.1. ANÁLISE DE RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO PARA PRODUTORES	139
7.2. ANÁLISE DE RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO PARA CONSUMIDORES	150
7.3. ENTREVISTAS	162
7.3.1. Entrevista com a representante da AGROPRATA	162
7.3.2. Entrevista com o representante da AGROVARGEM	165
7.3.3. Entrevista com a representante da REDE CAU	169
7.3.4. Entrevista com a representação da Comissão de Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro, componente do Centro Estadual de Pesquisa em Agricultura Orgânica da PESAGRO-RIO.	171
8.1. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ARGUMENTAÇÕES DOS PRODUTORES	174
8.2. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ARGUMENTAÇÕES DOS CONSUMIDORES	180
8.3. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ENTREVISTAS PARA REPRESENTANTES DA AGROPRATA E AGROVARGEM	187
8.4. DISCUSSÃO DA ENTREVISTA PARA REPRESENTANTES DA REDE CAU E SUA CORRELAÇÃO COM AS ASSOCIAÇÕES AGROPRATA E AGROVARGEM	189
8.5. DISCUSSÃO DOS ARGUMENTOS INERENTES À REPRESENTATIVIDADE DOS ENTES DO SETOR PÚBLICO E DA SOCIEDADE CIVIL, NA CONCEPÇÃO DA COMISSÃO DE	

	26
PRODUÇÃO ORGÂNICA/ RJ <i>VERSUS</i> OS RELATOS DAS ASSOCIAÇÕES E REDES APRECIADAS	191
CONSIDERAÇÕES FINAIS	193
9.1. Conclusões	194
9.2. Resultados futuros	203
REFERÊNCIAS	205
ANEXOS	218
Anexo 1 – Entrevista para representantes das Redes	218
Anexo 2 – Entrevista com a representação da Comissão de Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro, componente do Centro Estadual de Pesquisa em Agricultura Orgânica da PESAGRO-RIO	220
Anexo 3 – Modelo de questionário para produtores	222
Anexo 4 – Modelo de questionário para consumidores	224
Anexo 5- Análises e discussão dos resultados resumidas	227
Anexo 6 – Imagens das produções no maciço da Pedra Branca e Arredores	231

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. ASPECTOS PSICOSSOCIAIS E A TEMÁTICA AMBIENTAL SOB A ÓTICA DO CONSUMO E DA GERAÇÃO DE RESÍDUOS	20
2.1. O CONSUMO E A GERAÇÃO DE RESÍDUOS NA PÓS-MODERNIDADE	21
2.1.1. Entre a disciplina e o controle no contexto do consumo	21
2.1.2. “Modos de ser” versus “modos de ter” e o aumento residual.	25
2.1.3. Das garras do Capitalismo Mundial Integrado ao Capitalismo Rizomático	27
2.1.4. Movimentos globalizantes e efeitos sobre as comunidades	32
2.1.5. Em busca do tesouro perdido	36
2.2. A RELAÇÃO ENTRE A ECOLOGIA E A PSICOSSOCIOLOGIA	38
2.3. O ELO ENTRE A SOCIEDADE, O MEIO QUE A ENVOLVE E AS SUBJETIVAÇÕES: A “ECOSOFIA”	39
2.4. CERTEZAS, AMBIVALÊNCIAS E CONTRADIÇÕES	42
3. AS DIFERENTES FACES DO CONSUMO E SUAS RELAÇÕES COM A SUBTRAÇÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS	48
3.1. O CONSUMO	48
3.1.1. Do consumo à geração de resíduos	51

	27
3.2. O CONSUMISMO	53
3.2.1. A relação entre o consumo e o consumismo	55
3.2.2. O consumismo como fator de interferência na produção de resíduos sólidos	57
3.2.2.1. Resíduos sob a ótica do consumismo	59
3.2.2.2. Resíduos e suas novas significações	61
3.2.2.3. Resíduos, demografia, cultura e riquezas	63
3.3. O CONSUMERISMO	65
3.4. O PÓS-CONSUMO	68
4. A SUSTENTABILIDADE NA ERA DO CONSUMO E DA LIQUIDEZ	70
4.1. A LIQUIDEZ COM BASE EM BAUMAN	71
4.2. AS SUBJETIVIDADES DO “CONSUMO VERDE” NO CAMPO DAS SUSTENTABILIDADES	73
4.2.1. A natureza produtivizada	75
4.2.2. Os “Kits de Subjetividade” no sentido rizomático e a influência das marcas	76
4.3. A PERSPECTIVA DO CONSUMO NA FLORESTA COMESTÍVEL VISANDO À SUSTENTABILIDADE	82
4.3.1. A obsolescência dos materiais residuais	86
4.4. A SOCIEDADE PARTICIPATIVA VERSUS RESÍDUOS SÓLIDOS NA PONTA DA CADEIA PRODUTIVA: UMA PERSPECTIVA PARA A SUSTENTABILIDADE?	89
5. CONSUMIDORES E PRODUTORES: UM OLHAR PSICOSSOCIOLÓGICO SOBRE OS ATORES EM POLOS DISTINTOS	93
5.1. DA CONDIÇÃO DE PRODUTORES PARA O PAPEL DE CONSUMIDORES: JUNTOS E MISTURADOS?	94
5.2. AS NOVAS TENDÊNCIAS MERCADOLÓGICAS NA PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE ALIMENTOS	96
5.2.1. O locavorismo	97
5.2.2. Tendências para aplicação de novos modelos econômicos: um olhar para a comercialização de produtos na pós-modernidade	99
5.2.2.1. A Economia Circular	99
5.2.2.2. A Economia Solidária	103
6. METODOLOGIA	106
6.1. CORPUS DOCUMENTAL	107
6.1.1. Pesquisa Bibliográfica	108
6.1.2. Pesquisa Documental	108
6.1.3. Definição do Campo de Atuação	110
6.2. COLETA DE DADOS	117
6.2.1. A aplicação da análise de conteúdos e a categorização	118
7. ANÁLISE DOS RESULTADOS	124
7.1. ANÁLISE DE RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO PARA PRODUTORES	124

	28
7.2. ANÁLISE DE RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO PARA CONSUMIDORES	136
7.3. ENTREVISTAS	147
7.3.1. Entrevista com a representante da AGROPRATA	147
7.3.2. Entrevista com o representante da AGROVARGEM	150
7.3.3. Entrevista com a representante da REDE CAU	154
7.3.4. Entrevista com a representação da Comissão de Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro, componente do Centro Estadual de Pesquisa em Agricultura Orgânica da PESAGRO-RIO.	156
8.1. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ARGUMENTAÇÕES DOS PRODUTORES	159
8.2. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ARGUMENTAÇÕES DOS CONSUMIDORES	165
8.3. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ENTREVISTAS PARA REPRESENTANTES DA AGROPRATA E AGROVARGEM	173
8.4. DISCUSSÃO DA ENTREVISTA PARA REPRESENTANTES DA REDE CAU E SUA CORRELAÇÃO COM AS ASSOCIAÇÕES AGROPRATA E AGROVARGEM	175
8.5. DISCUSSÃO DOS ARGUMENTOS INERENTES À REPRESENTATIVIDADE DOS ENTES DO SETOR PÚBLICO E DA SOCIEDADE CIVIL, NA CONCEPÇÃO DA COMISSÃO DE PRODUÇÃO ORGÂNICA/ RJ VERSUS OS RELATOS DAS ASSOCIAÇÕES E REDES APRECIADAS	177
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	178
9.1. Conclusões	179
9.2. Resultados futuros	189
REFERÊNCIAS	190
ANEXOS	204
Anexo 1 – Entrevista para representantes das Redes	204
Anexo 2 – Entrevista com a representação da Comissão de Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro, componente do Centro Estadual de Pesquisa em Agricultura Orgânica da PESAGRO-RIO	206
Anexo 3 – Modelo de questionário para produtores	208
Anexo 4 – Modelo de questionário para consumidores	210
Anexo 5- Análises e discussão dos resultados resumidas	213
Anexo 6 – Imagens das produções no maciço da Pedra Branca e Arredores	217
Anexo 7- Sobre a autora.....	221

1. INTRODUÇÃO

O trabalho versa sobre as possibilidades de diferentes ocorrências no âmbito da psicossociologia, atuando nas áreas de produção, comercialização e consumo de orgânicos, sob as configurações comportamentais, que podem estar subjacentes nos nichos de consumidores e dos agricultores urbanos instalados na zona de amortecimento do maciço da Pedra Branca, Rio de Janeiro, Brasil. Dessa forma, a pesquisa caracteriza-se pela investigação sobre as questões pertinentes à incidência de “kits de subjetividade” (TAVARES; IRVING; VARGAS, 2014) que surgem pelas expectativas que habitam o imaginário das pessoas, acrescidas dos desejos de consumir, atuando sobre produtores e consumidores “verdes”, podendo, ou não, promover a politização do consumo (PORTILHO, 2005a), através dos modismos e ativismos que podem incentivar o consumo desse tipo de alimento. Como também a ocorrência, ou não, de produtivização da natureza (TAVARES, 2014), na qual a natureza pode vir a adquirir um valor de mercado (GUATTARI; ROLNIK, 2000).

. Esclarece-se, para fins de entendimento, que o foco voltado para a questão dos resíduos se refere basicamente aos “resíduos agrosilvopastoris” e muitas vezes o vocábulo aparece diminuto, quando é sintetizado, simplesmente, pela palavra genérica: “resíduos”, no entanto, todas as formas são representativas e implícitas no contexto da pesquisa. Neste cenário, ainda, faz-se necessário entender a diferença entre lixo e resíduo, segundo Amorim (2010) lixo é tudo o que é descartado, que não é percebido e que não possui utilidade imediata, ou seja, é qualquer material liberado pela atividade humana, doméstica, social e industrial, que não se constitui em valores, diferentemente dos resíduos, que podem ter outra destinação. Assim, há uma concentração da pesquisa nas questões voltadas para os resíduos agrícolas e o seu significado na produção e consumo de orgânicos, bem como para aspectos relacionados à saúde dos indivíduos e a sustentabilidade da natureza, a partir da distribuição desses produtos em feiras de mesmas características, no entorno do Parque Estadual da Pedra Branca (PEPB), no maciço de mesmo nome e adjacências. A área central é reconhecida como uma Unidade de Conservação e Reserva Extrativista, localizada na Zona Oeste do Rio de Janeiro, porém a investigação dos fatos se concentra em sua periferia, para onde a produção agrícola se expande, cuja comercialização de orgânicos e agroecológicos se dão nas feiras elencadas no estudo.

Por conseguinte, atenta-se para a necessidade de um estudo de caráter psicossocial, ou seja, que observe os diversos aspectos relacionados à mente dos indivíduos e aos diferentes

estímulos e trocas com o meio, através de um olhar sobre a produção e comercialização de produtos orgânicos, perpassando pela utilização dos resíduos agrosilvopastoris. Observados estes parâmetros, vislumbra-se um estudo sobre o direcionamento das subjetividades que povoam as mentes dos indivíduos, visando avaliar a incidência de agenciamentos de enunciação (DELEUZE; GUATTARI, 1995), que possam promover atos de convencimento junto às pessoas, provocando movimentos de adesão a determinados pensamentos, que contribuem para o aparecimento de “kits de subjetividade” (TAVARES; IRVING; VARGAS, 2014), que por sua vez, podem intervir nas técnicas mercadológicas intensificadas por parte dos produtores, como também, gerar fatores de influência sobre os consumidores, no mesmo contexto. Então, a exploração no campo de atuação, dar-se-á pela análise desses “kits”, e no caso, se produzidos, suas influências e repercussões sobre produtores e consumidores. Bem como, saber da ocorrência ou não de ações políticas que visem incrementar o “consumo verde” (TAVARES; IRVING, 2005), que se caracterizam por atitudes de consumo, em benefício da natureza, pelos efeitos midiáticos que eles podem representar.

As abordagens envolvem os “modos de ter” em detrimento dos “modos de ser” dos atores sociais, na concepção de Tavares (2014), visto que os movimentos pró-consumo refletem a questão da “sustentabilidade líquida” (TAVARES; IRVING, 2013). Para tal, será feita uma análise sobre as diferentes faces do consumo, dando ênfase ao “Consumo Verde” (TAVARES; IRVING, 2005), que se apresenta sob o entrelaçamento de paradigmas da Sociedade de Controle (DELEUZE, 1992), Capitalismo Mundial Integrado (GUATTARI, 2004) e Modernidade Líquida (BAUMAN, 2003) e, pela especulação da exploração subjetiva dos modos de produção, no âmbito do “capitalismo rizomático” (PELBART, 2003). Assim, verificar-se-á a ocorrência ou não de agenciamentos e, conseqüentemente, de politização do consumo e de produtização da natureza em relação aos produtos e utilização dos resíduos para esse fim. Assim, se poderia aferir a incidência de supostos “kits de subjetividade verdes”, como narrativas de modelagens marcárias (TAVARES, 2016) e a influência das marcas na formação das identidades, na concepção da produção orgânica. Observar-se-á as estratégias de desdobramento do Biopoder (HARDT; NEGRI, 2001), de forma rizomática, e, de “desterritorialização” (TAVARES; IRVING, 2013) dos produtores e consumidores “verdes” (TAVARES; IRVING, 2005). À luz da psicossociologia far-se-á à distinção entre “sociedade de produtores” e “sociedade de consumo” (BAUMAN, 2008), desvelando as técnicas de *marketing* (DELEUZE, 1992) estimuladas pela publicidade, na qual pode haver uma “ordem no mercado produtor”, por influência da mídia e /ou de ONGS. Na linha de produção serão elencadas as tendências mercadológicas de distribuição de alimentos. Finalmente, será

delineado o comportamento dos produtores e consumidores, onde se espera desmitificar os processos que envolvem os atores sociais através da análise psicossociológica de influência no campo de estudo.

A fundamentação teórica se concentra nas propostas de conceitos de identidades, subjetividades, pertencimentos, “modos de ser”, “modos de ter”, tendo como pano de fundo as ruralidades, ou seja, com observância das relações sociais que ocorrem no meio rural que permitem construir identidades entre produtores, consumidores relacionando-os a geração e aproveitamento de resíduos. A pesquisa foi norteada em primeiro plano, por duas linhas de pensamento, uma de acordo com Zygmunt Bauman e outra com ênfase em Felix Guattari, Gilles Deleuze, sendo construída a partir do arcabouço teórico de Fred Tavares, embora, paradoxalmente, por vezes, seja delimitada em observações estanques, devido às características propostas e a convergência de ideias com os autores elencados. Nas disposições do estudo, empreende-se uma pesquisa com caráter descritivo e qualitativo, que se baseia na pesquisa documental, bibliográfica e na análise do campo de estudo. A pesquisa pretende se estruturar nos questionários, abertos e fechados, diálogos e entrevistas com atores do setor, constituindo-se em uma Análise de Conteúdos, estruturada à luz dos conceitos de Bardin (1997) e Becker (2007).

A justificativa e relevância do estudo consistem na afirmativa de que quaisquer ações que visem à redução e aproveitamento de resíduos podem produzir um impacto positivo sobre a natureza, e, conseqüentemente, repercutem sobre o consumo, posto que, influem de alguma forma também na sua redução, expondo os diferentes significados que possam estar contidos nos propósitos vinculados a essa atividade. Os excedentes que se pretende estudar são os resíduos agrosilvopastoris – ponto de integração entre a floresta com as culturas agrícolas e a agropecuária, que, de acordo com o campo de atuação, possuem um significado para o ecossistema local, por suas características. Esses resíduos, por vezes, podem advir de um sistema exógeno e paralelo, mas também se concentram no reduto das culturas e nos excedentes das feiras. Além disso, o modelo de implantação de atividades agroflorestais traz a redução de custos ambientais e sociais em relação ao modelo tradicional de cultivo (ALTIERI, 2002). A produção obtida a partir desse sistema é distribuída em feiras, que se constituem em comunidades onde as dimensões culturais e sociais são de práticas relevantes, segundo Cuervo (2015), onde os produtos agroecológicos são apreciados por sua característica de qualidade para os agricultores e consumidores. Dessa forma, expõe-se a possibilidade da percepção das questões subjetivas presentes nos valores dessas relações. Portanto, influenciam também nas relações de consumo, nos atores envolvidos e nas suas relações de confiança.

Por outro lado, porém, no mesmo panorama do estudo, a geração de resíduos, num contexto ampliado, é um fator a ser observado em função do aumento populacional mundial e do crescimento constante do consumismo. De acordo com a ONU (2015) – Organização das Nações Unidas – há uma projeção que a população mundial chegue aos 8,5 bilhões em 2030, 9,7 bilhões em 2050 e exceda aos 11 bilhões em 2100, embora se entenda que grande parte da população humana estará na Ásia e África, no cenário nacional observam-se tendências similares. Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Limpeza Pública e Resíduos Especiais – ABRELPE (2015), a geração de resíduos sólidos urbanos em 2014, no Brasil, foi de aproximadamente 78,6 milhões de toneladas, o que representa um aumento de 2,9% de um ano para outro, índice superior à taxa de crescimento populacional no país no período, que foi de 0,9% nos dados de geração anual e per capita em 2014, comparados com 2013. Ademais, outros indicadores de consumo e desenvolvimento mostram a mesma orientação de crescimento exponencial a partir da década de 1950 (WEETMAN, 2019). Em função do aumento residual na esfera das comunidades têm sido criados diferentes projetos em áreas distintas com o objetivo de discutir a problemática dos resíduos sólidos, que através de formas socialmente inclusivas vão complementar as soluções ambientalmente relevantes, nesse contexto.

A incursão no assunto justifica-se, inclusive, pelo foco psicossociológico do estudo, sobre aquilo que ocorre em função das ramificações dessa produção para lugares que buscam escoar seus produtos, atendendo o consumo localmente - o Locavorismo. Esse movimento ocorre principalmente em função da redução da logística, da observância dos critérios no uso de embalagens devido à proximidade dos consumidores, redução na emissão de gases do efeito estufa, da aparência final do produto - em relação ao marketing dos mesmos. A utilização dos resíduos sólidos, nesse contexto, também se consolida pelo manejo local, evidenciando a preocupação com exacerbação dos mesmos, ainda que o material comercializado não retorne em sua totalidade às origens. Esses produtores primam por incentivos à linha de produtos naturais, na lógica anticonvencional do que havia sido instituído e instigado pelo consumo, incentivado pelo *marketing*, por vezes nomeado como “*marketing verde*”, cuja “(...) ideia é problematizar até que ponto o posicionamento “verde” nas campanhas de *marketing* sustentam argumentos que se correlacionam a real prática das corporações.” (TAVARES; FERREIRA, 2012, p. 23). Outra abordagem, que justifica o estudo, se refere aos fatores que giram no entorno da própria alimentação saudável, cuja característica principal é estar associada à saúde. E ainda prima pela observação em torno dos consumidores e produtores, envolvendo, também, questões sociais, culturais, éticas e ecológicas. O que comemos revela muito sobre a nossa identidade social (MINTZ, 2001), costumes e tradições. A gastronomia sofreu a influência da globalização,

do crescimento econômico, da urbanização (HELMAN, 2003), que teve como consequência a homogeneização entre as parcelas territoriais e extraterritoriais. Assim contribuindo para perda da diversidade em diferentes setores, influenciando a cadeia de práticas alimentares, que fazem parte do processo de produção, distribuição, preparo e consumo de alimentos.

Porém, “O que está em questão é a maneira de viver daqui em diante sobre esse planeta, no contexto da aceleração das mutações técnico científicas e do considerável crescimento demográfico.” (GUATTARI, 2001, p. 8). Revelar um ambiente menos impactado do ponto de vista alimentar, por parte da produção e distribuição, é imperioso quando se tratam de produtos orgânicos com preceitos agroflorestais, mas, justifica-se o estudo pelo entendimento do processo, uma vez que há a possibilidade de verificação agenciamentos ou modismos em relação ao consumo de orgânicos. Essa opção poderia ocorrer por desconhecimento dos atores envolvidos, ou pela forma publicitária veiculada, ou ainda por qualquer outro elemento. Os resíduos oriundos da produção orgânica, da floresta, na perspectiva das redes de produtores em observação, pela lógica, devem estar sendo reaproveitados “in loco” pelos princípios agroflorestais e locavores. Assim, argumenta-se sobre uma apreciação sobre a possibilidade da incidência de “kits de subjetividade”, que poderiam culminar em outros desdobramentos.

O propósito do estudo é investigar, dialogar e inferir parcelas relevantes para a discussão do consumo, sob a possibilidade de ocorrência da politização do tema em função da interferência midiática, podendo propiciar, também, que a natureza possa ser consumida sob a forma de um produto. Portanto, os objetivos compreendem, expressamente, de forma geral: identificar se ocorre a incidência de “kits de subjetividades”, atuando sobre produtores e consumidores “verdes”, podendo promover a politização do consumo e/ou produtivização da natureza, tendo como pano de fundo a geração de resíduos agrosilvopastoris e seu aproveitamento. E, de maneira mais específica visam: verificar as estratégias mercadológicas utilizadas por produtores e recepcionadas por consumidores em função do modelo de consumo, face ao reaproveitamento de resíduos agrosilvopastoris; explorar a possível existência de “kits de subjetividades” no discernimento das práticas instituídas pelos atores sociais, em relação à produção e aproveitamento de resíduos locais; bem como usar os preceitos da psicossociologia como elemento de reconhecimento de possíveis ocorrências de produtivização da natureza por parte dos atores sociais, no campo da produção de resíduos e analisar, dentre esses, os possíveis processos de politização do consumo, sob a influência subjetiva da prática de aproveitamento residual, referente à agricultura local.

Quanto ao campo de atuação, este compreende a observância das atividades das feiras, cuja produção é proveniente comunidades de agricultores do entorno do maciço da Pedra

Branca, que estão configuradas em redes e associações, e sua inserção no âmbito das políticas públicas está voltada para a agricultura familiar (PRADO; MATTOS; FERNANDEZ, 2012). Cujas funções se estendem pelas feiras orgânicas ao redor do PEPB, que estimula, também, o Locavorismo (AZEVEDO, 2015). São atividades que possuem um forte apelo ambiental e primam pela inclusão social de acordo com os preceitos Guattari (2001), em relação ao conceito de Ecosofia, ou seja, aproximando a ecologia da filosofia, harmonizando o meio ambiente, as relações sociais e a subjetividade humana. E naturalmente, vão perpassando pelo entrelaçamento de paradigmas da Sociedade de controle, do Capitalismo Mundial Integrado (DELEUZE, 1992; GUATTARI, 1991) e da Modernidade Líquida (BAUMAN, 2003). As práticas do campo de estudo envolvem a agricultura familiar, a produção de orgânicos e a agroecologia, destacando-se: como se compreende a utilização dos resíduos agrosilvopastoris; as relações de confiabilidade entre os atores sociais e o reconhecimento dos padrões de produção orgânica, dentro dos parâmetros pré-estabelecidos para o consumo local.

A pesquisa está organizada de modo a atender os pré-requisitos dos temas relacionados ao Programa EICOS - Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social - e fomentar os argumentos da linha de pesquisa - Comunidades, Meio Ambiente, Desenvolvimento e Inclusão Social, do mesmo Programa. O estudo se alicerça no âmbito dos grupos de pesquisa Rizoma Verde, de alcance na comunicação, no consumo e na responsabilidade social, e, Psycon, cuja essência está centrada nos processos psicossociais de consumo e comunicação, sob a orientação do Professor Doutor Frederico Augusto Tavares Junior. Assim, a contribuição social se concentra na visibilidade, clareza e discernimento sobre os produtos orgânicos e resíduos agrosilvopastoris, intrínsecos às relações sociais e de consumo, nestas comunidades.

O ineditismo da pesquisa situa-se no desvelamento dos comportamentos psicossociais, face ao enfoque dos resíduos agrosilvopastoris. Ressaltando-se, para tanto, como eles podem influenciar na compreensão dos termos: agroecologia e orgânico. Os quais estão inseridos no panorama das subjetividades, que se instalam no íntimo dos indivíduos, no contexto ambiental e das relações sociais, onde atuam as ciências humanas e econômicas e em referência às questões de sustentabilidade. O recorte para tal análise situa-se no campo de estudo delimitado pelas feiras orgânicas e/ou agroecológicas, porque através delas é que se distribuem alimentos para a comercialização da produção obtida no entorno do Maciço da Pedra Branca.

As contribuições futuras poderão advir do entrelaçamento de informações na linha de pesquisa, através dos grupos de pesquisa Rizoma Verde e Psycon. Bem como das observações subliminares apreendidas no processo do estudo.

Quanto à estrutura do documento, além dos elementos pré-textuais, a descrição dos capítulos se inicia com a introdução, visando apresentar resumidamente o trabalho no capítulo um. No segundo capítulo, serão analisados fatores psicossociológicos de influência nos desequilíbrios ambientais sob a ótica do consumo e da geração de resíduos, que compreendem as questões sobre consumo e a geração de resíduos na pós-modernidade, discutindo-se a relação entre a ecologia e a psicossociologia, desvelando-se a lógica da “ecosofia”, sob o viés existente entre a sociedade, o meio que a envolve e as subjetivações. O terceiro capítulo vai enumerar as diferentes faces do consumo e suas relações com a subtração de resíduos sólidos, evidenciando-se os conceitos de consumo, consumismo e a relação entre eles. Ainda, levando-se em consideração, o consumerismo e o pós-consumo, no mesmo contexto. O quarto capítulo perpassa pelas questões de sustentabilidade na era do consumo e da liquidez, no qual serão explorados os consensos sobre “consumo verde”, a natureza produtivizada, os “*Kits de Subjetividade*” no sentido rizomático e a influência das marcas. Também serão vistos nesse capítulo a politização do “consumo verde” e as perspectivas do consumo na floresta comestível - em alusão à agrofloresta, visando à sustentabilidade. Esse capítulo termina discorrendo sobre a obsolescência dos materiais residuais na agrofloresta e, contrastando a sociedade participativa versus resíduos sólidos na ponta da cadeia produtiva. O quinto capítulo versa sobre consumidores e produtores, com um olhar psicossociológico sobre os atores em polos distintos, com ênfase nas novas tendências mercadológicas, na produção e distribuição de alimentos e no locavorismo. A partir daí, será vista a Metodologia, com o corpus documental, que inclui a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, a definição do campo de atuação e a coleta de dados. Aos quais serão aplicadas a análise de conteúdos, a categorização, a codificação do material, sob uma abordagem qualitativa. Os últimos capítulos serão respectivamente a apresentação dos resultados, a discussão desses resultados, conclusões e as considerações finais e, ainda, possíveis resultados futuros, e, no término do estudo, estão listadas as referências bibliográficas, bem como os anexos de interesse do estudo.

Assim o produto do estudo é dialogar sobre os “*kits de subjetividades*” no discernimento das práticas instituídas pelos atores sociais – produtores e consumidores. Usando os preceitos da psicossociologia como elemento de reconhecimento de possíveis ocorrências de produtivização da natureza e analisar a probabilidade do aparecimento de processos de politização do consumo sob a influência subjetiva da prática de aproveitamento residual referente às atividades mercadológicas locais

2. ASPECTOS PSICOSSOCIAIS E A TEMÁTICA AMBIENTAL SOB A ÓTICA DO CONSUMO E DA GERAÇÃO DE RESÍDUOS

Existem fatores de ordem psicossociológica, de acordo com Layrargues (1998), que podem impactar sobre o consumo. Nesse ínterim, busca-se mais do que nunca, a justiça social na procura para equiparar o padrão de desenvolvimento dos países pobres com os países mais abastados, o que significaria um aumento de consumo médio *per capita*. Exemplificando em função desses fins, o seguinte contraditório: “Mas se todos os povos adquirem as mesmas condições e estilos de vida de um cidadão norte americano, há expectativas de que o planeta não suportaria toda essa nova pressão e entraria em colapso” (LAYRARGUES, *op.cit.* p. 149). Portanto, segundo o autor, quais seriam as necessidades básicas de um ser humano comum a todos os povos? Estariam baseadas na diversidade cultural? Ou não? Tendo-se em vista a diversidade cultural de um povo, que pode ser menos ou mais materialista do que outros? Poderiam, assim, consumir menos? Esclarece-se para tal entendimento que o discurso de Layrargues (1998) centra-se no eixo norte-sul das Américas. Já, Murphy (2001), em relação à União Europeia, defende a ideia de que os problemas estão intimamente relacionados ao consumo e aos estilos de vida, podendo não estar relacionados aos processos de produção ineficientes ou perigosos, nas quais os conceitos da ciência social ambiental seriam descritos como uma possível solução, visto que os problemas ambientais relacionados ao consumo estariam sendo entendidos como problemas técnicos. Destarte, o enfoque sobre a geração de resíduos, mais especificamente àqueles que se denominam agrosilvopastoris, seria pertinente à nova ordem, voltada para a especificidade técnica, aliada ao comprometimento com fatores psicossociológicos, numa provocação à tentativa de elucidação dos percursos delineados pelos padrões de consumo instituídos. Demandando-se, para tanto, um olhar mais minucioso, que se debruce sobre questões diminutas, que possam alavancar possibilidades alternativas, para um panorama global, tendo como ponto de partida as particularidades locais.

2.1. O CONSUMO E A GERAÇÃO DE RESÍDUOS NA PÓS-MODERNIDADE

Avalia-se, para essa análise, o contexto em que a geração de resíduos agrosilvopastoris podem se transformar em insumos. E, que, esses resíduos vinculam-se aos preceitos das práticas agroflorestais, que se caracterizam por um sistema de plantio consorciado entre culturas agrícolas e florestais, com objetivo de preservar essas áreas, como também as áreas degradadas, podendo potencializar a produtividade orgânica. Ou seja, serão observadas as questões de

reaproveitamento referentes ao descarte de excedentes de culturas e demais resíduos agrosilvopastoris, provenientes das atividades agrícolas e pecuárias, que podem exercer a função de conservar os recursos naturais e fixar o homem ao campo. E, portanto, desvelar como é feito o manejo local desses subprodutos, de forma a caracterizar as atividades exercidas para produção e disseminação em feiras orgânicas, sempre com a observância da Lei Federal 12305/10, que possui requisitos para o entendimento da dinâmica que envolve os resíduos gerados, posto que ela instituiu a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS, 2010). A lei estabelece uma articulação institucional, envolvendo os três entes federados – União, Estados e Municípios, considerando-se o setor produtivo e a sociedade civil na busca de soluções, para resolver os problemas evidentes neste assunto em termos gerais. Ressalta-se, para tanto, o conceito de responsabilidade compartilhada que envolve tanto o poder público quanto a sociedade civil. Constituindo, assim, uma proposta frente ao consumo dos produtos localmente comercializados, como fruto de práticas agroecológicas e orgânicas, sob a égide ou não de grifes alimentares, sabendo-se que essas categorias prescindem da presença de compostos residuais orgânicos para o seu cultivo. Pontuando-se, nesse ínterim, que os resíduos originários do consumo a partir das feiras orgânicas, não retornam em sua totalidade às áreas agricultáveis, deixando uma lacuna no processo circular de reaproveitamento do material residual compostável.

O fato da apreciação do panorama desenvolvido na pesquisa estar centrado em duas suposições que se constituem em “produtização da natureza” e “politização do consumo” se refletiria no posicionamento, em cuja contemporaneidade estaria imersa na possibilidade de se situar entre a disciplina e o controle?

2.1.1. Entre a disciplina e o controle no contexto do consumo

Na pós-modernidade, depara-se com um interregno entre as sociedades disciplinar e de controle, na qual a segunda vem se sobrepondo à primeira dessa forma, e de acordo com Deleuze (1992)¹ temos o seguinte entendimento:

A sociedade de controle para Deleuze (1992) é marcada por diversas características, dentre elas, o consumo, a vigilância virtual e a invisibilidade nas redes sociotécnicas e um controle desterritorializado, estando de certo modo, um passo à frente do que Foucault (1987) definiu como Sociedade Disciplinar. Que, neste caso, reflete um

¹ DELEUZE, Gilles. **Conversações, 1972 – 1990**. São Paulo: Editora 34, 1992.

campo societal de confinamentos e de territorialização. Enquanto que na concepção de sociedade de controle, todos controlam todos através do desejo de pertencimento e do “desejo de desejar”, na sociedade disciplinar, a vigilância ocorre em confinamentos como, por exemplo: na escola, na fábrica e no presídio. Portanto, dentro de uma lógica física e espacial (ALVES *et al.*, 2018, p. 2, tradução dos autores).

Já, de acordo com Hardt (2000), depreende-se que não há um percurso claro nessa sucessão, pois a sociedade de controle não está substituindo a disciplinar, posto que a sociedade disciplinar não tivesse acabado somente foi expandida dentro da perspectiva do campo social de produção. Segundo o autor, a passagem de uma sociedade para outra não pode ser considerada uma oposição, e sim uma intensificação. Para Deleuze (1992), os meios de confinamentos discutidos por Foucault passaram por uma crise difusa. Deleuze (1992) formula o paradigma da sociedade de controle, que foi fazendo uma incursão na sociedade de disciplinar. O conceito dual de segurança e liberdade expresso em Deleuze (*op.cit.*) mostrou que: “O homem da disciplina era um produtor descontínuo de energia, mas o homem do controle é antes ondulatório, funcionando em órbita num feixe contínuo.” (DELEUZE, *op.cit.*, p. 223,). O autor aponta que as antigas sociedades operavam máquinas simples, que evoluíram nas sociedades disciplinares recentes, para máquinas mais energéticas, com perigo ativo de sabotagem. Nas sociedades disciplinares estavam, portanto, embutidos os aspectos de segurança, como um de suas condições centrais, conforme observa Chevitarese (2014):

Este momento - que Foucault caracteriza como aquele em que se desenvolve uma racionalidade política individualizante e totalizante - tem na constituição de uma tecnologia da segurança um de seus aspectos centrais, Assim, desde o século XVIII, conduzir a vida significa assegurá-la e protegê-la, regular, ordenar, gerir o que lhe é indispensável. (...) Através de dispositivos de segurança, o Biopoder investe o corpo social e implica que pensar o governo é pensar o par segurança-liberdade. (CHEVITARESE, 2014, p. 138)

Já as máquinas operadas pela sociedade de controle, são classificadas, por Deleuze, em pensamento pós Foucault (1987), como sendo de um terceiro tipo, que seria: as máquinas de informática e computadores, cujo perigo passivo, é a interferência, e, o ativo, a pirataria e a introdução de vírus. “Não é uma evolução tecnológica sem ser, mais profundamente, uma mutação do capitalismo.” (DELEUZE, *op. cit.*, p. 223).

Paralelamente, em outro panorama, no que se refere à transição entre sociedades, há a questão dual de segurança *versus* liberdade. Assim, Bauman (2003) afirma que: “‘Progresso’ é um meio importante da família dos conceitos ‘vivamente contestados’. ‘O balanço do passado, a avaliação do presente e a previsão dos futuros’ são atravessados pelo conflito e eivados de ambivalência.” (BAUMAN, 2003, p. 23). Segundo o autor, o curso da história oscila numa forma pendular, entre a segurança e a liberdade, no contexto da pós- modernidade.

A variação, nas relações de consumo, está contida no fato de que, segundo Deleuze (1992), os êxitos dos mercados se dão por tomada do controle e não mais pela construção da disciplina, num quadro onde alicerçar a produção importa mais do que a redução dos custos, por modificação do produto, onde a especialização da sua produção fica relegada a um segundo plano.

“Mas atualmente o capitalismo não é mais dirigido para a produção” (...) “É um capitalismo de sobre produção” (...) “O que ele quer é vender serviços e o que quer comprar são ações. Já não é um capitalismo dirigido para a produção, mas para o produto, isto é, para a venda ou para o mercado.” (DELEUZE, *op. cit.*, p. 223-224.).

Além do fato, descrito acima, segundo Pelbart (2003), a lógica capitalística envolve uma máxima que consiste em informação, conexões e navegabilidade, na qual a ideia de circularidade predomina sobre o acúmulo de posses.

De acordo com Deleuze (1992), a sociedade de controle avança sobre a sociedade disciplinar (FOUCAULT, 1987). Para o autor, o controle ocorre mediante a vigilância virtual, pautada pela invisibilidade nas redes de informação, nas redes sociotécnicas.

Então, a partir daí, vão se descortinando outras prerrogativas, nas quais “A filosofia deleuziana do paradigma da sociedade de controle explica, em parte, a concepção de meio ambiente travestido em um produto, cujo valor reside na ideia de ser mais uma poderosa marca (...)” (TAVARES; IRVING, 2005, p. 83), nos quais se fundam as expectativas do estudo, em relação às novas demandas associadas à virtualidade.

Retomando-se a questão principal, Deleuze (1992) já teria antevisto uma superposição da sociedade de controle sobre a sociedade disciplinar, descrita por Michel Foucault, depreendendo que:

Kafka que já se instalava no cruzamento dos dois tipos de sociedade, descreveu em O processo as formas jurídicas mais temíveis: a quitação aparente das sociedades disciplinares (entre dois confinamentos), a moratória ilimitada das sociedades de controle (em variação contínua), são dois modos de vida jurídicos muito diferentes. E se nosso direito, ele mesmo em crise, hesita entre ambos, é porque saímos de um para entrar no outro. (DELEUZE, *op. cit.*, p. 222, grifo do autor).

Nesse contexto, ocorrem diferenças entre sociedade disciplinar do século XVIII - XX, que foi caracterizada pela disciplina, organizada em “celas”, em “lugares” em “fileiras”, criando espaços complexos: ao mesmo tempo arquiteturais funcionais e hierárquicos. Enquanto que na sociedade de controle os espaços se tornaram mais fluidos e virtuais (DELEUZE, 1992). Segundo o autor, os modos de confinamentos explicitados por Foucault, passaram por uma

crise, porém não deixaram de existir, simplesmente foi se expandindo nos campos sociais de produção.

Para tanto, apresenta-se inicialmente o modo de constituição da Sociedade Disciplinar tal como proposto por Foucault, enfatizando-se as relações entre poder, produção de subjetividade e liberdade. Em seguida trata-se da crise do modelo disciplinar e do surgimento de outras formas de exercício do poder, articuladas a outra configuração social que, seguindo Deleuze, pode ser concebida como Sociedade de Controle. (CHEVITARESE, 2014, p. 131-132)

Dessa forma, a sociedade de controle vem em sucessão à sociedade disciplinar, passando-se da disciplina para a virtualidade, com a primeira redimensionando a segunda, tornando o consumo o eixo fragmentar nessas sociedades, nas quais a vigília passa a ser virtual caracterizada pela possibilidade de invisibilidade nas redes sociais, levando agora o capitalismo em direção ao consumo, que outrora era direcionado para a produção. (DELEUZE, 1992). Assim, “Na sociedade de controle, ou pós-moderna, conforme Deleuze (1992), o capitalismo global é rizomático, atravessando todos os espaços, de forma a obliterar a diferença entre público e privado.” (TAVARES; IRVING, 2005, p. 83) Cuja:

A velha toupeira monetária é o animal dos meios de confinamento, mas a serpente o é das sociedades de controle. Passamos de um animal a outro, da toupeira à serpente, no regime em que vivemos, mas também na nossa maneira de viver, nas nossas relações com outrem. O homem da disciplina era um produtor descontínuo de energia, mas o homem do controle é antes ondulatório, funcionando em órbita, num feixe contínuo. (DELEUZE. *op. cit.*, p. 222-223).

Segundo Deleuze (1992), na pós-modernidade, não existe mais o “estar fora” e o “estar dentro”, na sociedade de controle, o consumo representa uma forma de pertencimento. O conceito de consumo derruba as fronteiras entre público e privado, entre unificado e difuso. Onde o homem está sempre associado a uma dívida em relação ao consumo das *marcas*. Nessa lógica, torna-se inserido no mercado, movido pelos apelos publicitários, numa expressão das formas liquefeitas dos “modos de ser”, produzindo identidades líquidas que se constituem em “*kits* de subjetividade” (PONTES; TAVARES, 2017a).

Neste contexto, o consumo emerge como dispositivo de controle social e se estabelece através da lógica do “endividamento”, como uma moratória eterna, que leva o indivíduo a um consumo sem fim, como, também, a uma forma de “estar dentro”. Se na disciplina o capitalismo era dirigido para a produção, no controle é para o consumo. A partir de uma nova configuração em que todos vigiam todos, o controle é contínuo, simultâneo e descentralizado, ampliando suas redes de poder e domínio. (PONTES; TAVARES, *op. cit.*, p. 3).

Destarte, para efeitos deste estudo, deduz-se que a natureza também se torna um produto a ser consumido, observando-se as relações entre capital e consumo. E nesse ínterim, como seriam os comportamentos individuais pessoais?

2.1.2. “Modos de ser” versus “modos de ter” e o aumento residual.

Assim, ao discorrer sobre a relação entre consumo e resíduos oriundos de práticas agrosilvopastoris na contemporaneidade, constata-se que o consumo sempre existiu, porém na pós-modernidade, segundo a perspectiva de Bauman (1998), os novos “modos de ser” transformaram-se em novos “modos de ter”, impulsionando a todos para a busca dos fundamentos e inovações que justifiquem essas mudanças, também no campo da produção de alimentos e de sua distribuição. Atenta-se para o fato de que as identidades estão sempre em construção do ponto de vista dos modos de ser ecologicamente corretos, sob a influência de “Kits de subjetividade”, através de uma pluralidade subjetiva, impulsionando o capital mundial, em cuja revolução molecular faz intervenções sociais e as captura por intermédio do consumo (Camargo, 2011). Neste contexto, questiona-se: que contribuições os resíduos agrosilvopastoris trariam, enquanto materiais residuais da floresta e de fontes naturais, e, quais subprodutos estariam sendo gerados para a agricultura orgânica? E, se estariam de fato configurando-se em marcas ou grifes, sob a forma insumos, para produção de alimentos “orgânicos” e “agroecológicos”, subsidiados por esses tipos de resíduos.

O tema “resíduo” guarda uma relação com os aspectos econômicos, mas, também, com os modos de produção e consumo, tendo como pano de fundo a questão demográfica. Há uma interdependência também com valores culturais, hábitos cotidianos, níveis de riqueza e a demanda consumista gerada pelos apelos de *marketing*. Para tanto, a questão, segundo Guattari (2001) é: de qual maneira seria a forma de se viver daqui em diante, em função da aceleração das mutações técnico-científicas e do crescimento demográfico, nesse planeta? Destarte, a geração de resíduos torna-se preocupante em função do aumento populacional mundial e do crescimento constante do consumismo. Cujo fato foi deflagrado pela ONU (2015) – Organização das Nações Unidas – sobre o aumento populacional mundial, e pela ABRELPE (2015), a nível nacional, apontando para um crescimento residual maior que o crescimento populacional, em um dado período. Ademais, Weetman (2019) ratifica a essa situação revelando, também, que a população humana teve um crescimento exponencial e que cada vez mais pessoas consomem mais. Em função disso, questiona-se qual a repercussão da questão? O que as propostas no nível educacional, na mídia, em projetos de organizações governamentais ou em outras formas revelariam? Por exemplo: em face da constatação dos dados anteriores, as demais propagandas comerciais pró-ambiente e anticonsumo estariam repercutindo de forma eficiente na reversão do problema? Pontua-se, portanto, a necessidade de outras possíveis abordagens que possam explicitar as dinâmicas de consumo, elencando, para o tema proposto,

as bases conceituais contemporâneas, de acordo com o quadro descrito. Destarte, Ferreira e Tavares (2017) promovem um debate teórico, através de um recorte histórico sobre crescimento demográfico e industrialização no que tange aos limites do planeta para os próximos cem anos. E apontando, segundo Meadows et al. (1972)², “a ligação entre estabilidade econômica e do combate ao esgotamento dos recursos naturais com a necessidade de congelamento do crescimento da população global e do capital industrial.” (FERREIRA; TAVARES, *op. cit.*, p. 80-81 -86). Essa abordagem refere-se ao aparecimento do agronegócio e que dinamizou a revolução “verde”. Os autores, ainda, pontuam a luz dos pensamentos de Barbieri (2011)³, que a forma de produção e consumo atuais exige recursos e gera grandes quantidades de resíduos, que já ameaçam a capacidade de suporte do planeta. Já Guattari (2001) expressa a sua preocupação com os fenômenos de desequilíbrio ecológico e, ao mesmo tempo, com a progressiva deterioração da vida doméstica, pelo consumo atribuído à mídia comprometendo a relação de subjetividade com a exterioridade, como uma fórmula de “implosão e infantilização regressiva” (GUATTARI, *op.cit.*, p. 8). Sinalizando, desta forma, a influência midiática como fator acelerador, subjetivo, para a ocorrência de desequilíbrios ambientais. Outro sinal, em relação aos impactos ambientais, parte de Portilho (2006), que deflagra o início da crise ambiental a partir de um dos marcos pró-ambiente - a Conferência de Estocolmo, onde foram discutidas questões neste contexto:

A partir da década de 70, com a realização da Conferência de Estocolmo, os países em desenvolvimento tornaram explícito o argumento de que a causa da crise ambiental estava localizada, principalmente, nas nações industrializadas, onde o estilo de produção, seja capitalista ou socialista, requer grande quantidade de recursos e energia do planeta e causa grande parte da poluição e do impacto ambiental. (PORTILHO, 2006, p. 2)

Assim, generalizando-se, toma-se este fato como ponto de partida para o estudo das diferentes formas de consumo, que requerem atenção, inclusive, ao modo de produção de subjetividades, no que concerne aos processos de comercialização e seus impactos na produção. Destarte, ressalta-se uma abordagem de formas a fazer um contraponto ao aumento residual, que se relaciona ao consumo. Nesse panorama, chama-se atenção para o empreendimento das feiras, que se traduz numa tendência a uma ação localizada – o Locavorismo (AZEVEDO, 2015), que se constitui por

² MEADOWS, Donella L. et al. **Limites de crescimento**: um relatório para Projeto do Clube de Roma sobre o dilema da humanidade. São Paulo: Perspectiva, 1972.

³ BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial**: conceitos, modelos e instrumentos. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2011, p. 6.

uma comercialização próxima à produção. Nesse ínterim, adianta-se que o movimento absorve a produção setorizada resultando em minimização de resíduos de uma maneira local, também essencial ao tema proposto, que se desvelará ao longo da leitura. Cabe priorizar, também, as novas perspectivas para a destinação dos resíduos utilizados sob uma nova orientação, a partir dos conceitos de agroecologia, dentre outros. Mais especificamente, na maneira impressa ao cultivo de orgânicos e a logística de distribuição desses alimentos, visto que a proximidade entre produção e consumo promove a redução da geração residual e dos gastos diversos. Porém, para melhor aferir ao tema em debate, qual seria o entendimento de questões que abordam o Capitalismo Mundial Integrado e o Capitalismo Rizomático, neste contexto?

2.1.3. Das garras do Capitalismo Mundial Integrado ao Capitalismo Rizomático

Primeiramente, faz-se necessária a compreensão dos conceitos epistemológicos que criados por Gilles Deleuze e Félix Guattari em relação à figura de um rizoma (DELEUZE; GUATTARI, 1995), no qual a estrutura botânica caracteriza-se pela possibilidade de ramificação em qualquer ponto, que permite a formação de raízes que se entrelaçam e de caules subterrâneos que eclodem em diferentes pontos, que mesmo fragmentados se regeneram, podendo, assim, expressar o pensamento rizomático complexo. Um rizoma é feito de dimensões e não de unidades, tem como característica direções movediças, que não possuem início nem fim, num meio pelo qual sempre cresce e transborda, ele se constitui de multiplicidades. (ZOURABICHVILI; GOLDSTEIN, 2004)

Em relação às mutações do capitalismo, Guattari (2007) traz para discussão, na contemporaneidade, o conceito de Capitalismo Mundial Integrado (CMI), onde ressalta os aspectos de desterritorialização e recomposição subjacentes às estruturas de produção e poder. Segundo o autor, há uma expansão de territórios e uma integração com a economia, envolvendo novos modos de produção incluindo outros setores não formais como a vida doméstica, a cultura, o esporte, por exemplo. Assim, para Vargas (2016), há uma expansão do capital territorialmente que coloniza os espaços sociais, de forma a modelar as subjetividades dos indivíduos.

Em função disso, algumas reflexões de Guattari (1981) serão referenciadas no sentido de se explicitar as conexões entre o capitalismo mundial integrado e a sua dimensão subjetiva e econômica, como também outras passagens sobre suas obras referenciadas por outros autores.

(...) Guattari problematizou as relações de produção do capitalismo contemporâneo, apresentando sua dimensão econômica e subjetiva. Para Guattari, da mesma forma que o capitalismo contemporâneo utiliza-se da produção econômica para se expandir, ele necessita também de certo tipo de subjetividade. “A dependência econômica do capitalismo contemporâneo, em relação à produção de subjetividade, pode ser constatada historicamente pela necessidade do capitalismo em incorporar, mesmo que lentamente, todos os tipos de atividades que formalmente escapavam da definição clássica de trabalho” (CAMARGO, 2011, p. 70).

Dentre o mercado voltado para a informalidade, distinguem-se atividades que vão de encontro ao objeto dessa pesquisa. Portanto, essas novas atividades incorporadas, bem como o uso do capital verde, tornaram-se a própria produção de subjetividade gerada por esses setores mais atuais, e asseguraram sua reprodução econômica. “Para Guattari, o capitalismo desenvolveu uma capacidade inovadora de combinar espaços nacionais, culturas, religiões, sistemas políticos, temporalidades desiguais em função das necessidades do mercado mundial integrado” (CAMARGO, *op. cit.*, p. 73). Chamando-se a atenção para um mercado subjetivo mundial, em síntese, a subjetividade individual resultaria de um coletivo de agenciamentos retirados do extrato social. Desse ponto de vista, encontra-se um enquadramento do texto a respeito de inovações do mercado com as questões suscitadas na pesquisa, nas quais ao traçar-se um paralelismo entre o pensamento de Guattari (1981), torna mais ampla a discussão e o entendimento relativo ao campo de estudo. Destarte, a subjetividade de acordo com Guattari (*op. cit.*), não se limitaria identidade fixa e individual, mas como se fosse uma consequência da união de diversas realidades. Quanto a isso, procura-se não confundir a subjetividade com o seu sentido comum, mas comparando-a a um agregado de fluxos desejantes, que, com a formação de axiomas determinados ou não pelo capital, se entrelaçam com a interioridade criada pelo sujeito, da qual ele se apropria através das relações (CAMARGO, 2011). Assim, para exemplificar:

De certa maneira, a dona-de-casa ocupa um posto de trabalho em seu domicílio; a criança ocupa um posto de trabalho na escola, o consumidor no supermercado, o telespectador diante de seu vídeo... Quando as máquinas parecem trabalhar sozinhas, na verdade o conjunto da sociedade é adjacente a elas. (GUATTARI, 1986, p. 199.)

Assim, com a reflexão de que a micropolítica emanaria da análise da formação do desejo no campo social, o autor desmembrou dois conceitos, a saber: molar e molecular.

O primeiro conceito se refere à realidade constituída, lugar de excelência do registro e controle dos corpos no social, local gerido preferencialmente pelas instituições reprodutoras das relações sociais dominantes. O segundo a realidade em vias de se constituir (territorialização) e, ao mesmo momento, em vias de se desmanchar (desterritorializar), lugar de produção onde os fluxos de desejo se relacionam através de inúmeras conexões. (CAMARGO, *op. cit.*, p. 74)

Destarte, mesmo não existindo uma diferença de valor entre os planos, essa movimentação gerada por eles, poderia transformar-se numa organização diferenciada dos mesmos. Portanto, para Guattari (1981), uma instituição, ou uma pessoa, poderia perpassar pelos dois planos de forma diferenciada. Como exemplo disso temos que:

(...) um grupo de trabalho comunitário pode ter uma ação nitidamente emancipadora a nível molar, mas a nível molecular ter toda uma série de mecanismos de liderança falocrática, reacionária, etc. Isso, por exemplo, pode ocorrer com a igreja. Ou, o inverso: ela pode se mostrar reacionária, conservadora, em nível das estruturas visíveis de representação social, em nível do discurso tal como ele se articula no plano político, religioso, etc., ou seja, a nível molar. E, ao mesmo tempo a nível molecular podem aparecer componentes de expressão de desejo, de expressão de singularidade, que não conduzem, de maneira alguma, a uma política reacionária e de conformismo (GUATTARI; ROLNIK, 2000. p. 133).

A respeito disso, segundo a colocação feita por Camargo (2011), suscita-se que se não forem criadas resistências aos processos micropolíticos de subjetivação, poder-se-á cair no controle do capitalismo mundial integrado.

Ainda nesse ínterim, segundo Pontes e Tavares (2017a), à luz de Guattari (2001), em sua obra *Três Ecologias*, na qual é feita uma análise crítica em relação ao sujeito e sua exterioridade, observa-se as transversalidades que existem entre as dimensões social, mental e ambiental, que correspondem ao termo “Ecosofia”, operando nessas esferas citadas anteriormente e que correspondem também aos movimentos de consumo.

O pensamento ecológico filosófico proposto por Guattari sugere uma tentativa de compreender o indivíduo por meio de seus pontos de contato com a realidade que o produz e o atravessa, evidenciando, sobretudo, a expansão do Capitalismo Social Integrado sobre os terrenos das subjetividades e dos territórios existenciais. (PONTES; TAVARES, 2017b, p. 15)

Diante disso, enquanto alguns autores apostam num retorno ao passado em busca da recuperação do que foi perdido na contemporaneidade, Guattari (*op.cit.*) elucida que, para os dias de hoje, é presumido um vazio na subjetividade decorrente de nenhuma relação de causa e efeito entre o crescimento de recursos técnico-científico e o desenvolvimento dos progressos sociais e culturais, culminando em uma degradação irreversível dos operadores tradicionais de regulação social. Para o autor, esse modo de vida estaria se encaminhando para o imediatismo, para as facilidades que, segundo ele, “se nomeou a quem possa pensar pelo homem”, mesmo que de maneira involuntária. Assim:

O sujeito já não encontra mais tantas barreiras existenciais a serem superadas, deixando, pouco a pouco, deixando de perceber-se como um ser complexo, dual para se tornar uma coisa, um objeto a ser manipulado ao sabor da “moda”, transformando-se em um mero ponto de referência estatístico no interior de uma cultura consumista,

sendo induzido a sair da realidade da qual subsiste para adentrar a uma espécie de subjetivo estereotipado. (PONTES: TAVARES, 2017b, p. 16)

Em decorrência disso, tais transformações induziram uma nova discussão em torno do paradigma da sustentabilidade ambiental, que foi se tornando um modelo em transição em virtude das novas perspectivas acerca do envolvimento de diferentes atores sociais, os quais foram se organizando em redes intrincadas representadas principalmente pela mídia, por empresas, ONGs, sociedade civil e poder público (TAVARES; IRVING, 2009). Rede esta que, para Deleuze e Guattari (1995), se dimensiona sob a forma de um rizoma, produzindo vínculos onde todos se influenciam, uns aos outros, promovendo agenciamentos multilaterais que vão influir sobre os fatores relacionados ao “consumo verde”, que se torna uma representação real das especulações em torno do nosso objeto de estudo. De acordo com Guattari (1992a), na produção em redes, a natureza torna-se objeto de poder e discurso “biopolítico”, que são produzidos pelos atores sociais, por intermédio de poder e saberes, como artificios na produção de subjetividades.

Para Guattari (2001), na contemporaneidade, o capitalismo é mundial e integrado. O homem é observado sob as múltiplas dimensões que o produzem e o atravessam, e assim se qualifica:

O capitalismo pós-moderno se caracteriza por um sistema de “estimulação” do Capitalismo Mundial Integrado, que descentra (...) seus focos de poder das estruturas de produção de bens e serviços para as estruturas produtoras de signos, de sintaxe e de subjetividade, por intermédio, especialmente, do controle que exerce sobre a mídia, a publicidade, as sondagens. (GUATTARI, 2001, p. 31).

Nesse mesmo contexto, observa-se o posicionamento de Ferreira e Tavares (2017):

Essa evidência pode servir como indício que reafirma a implantação de um Capitalismo Mundial integrado que se desdobra em um Capitalismo Rizomático que se reinventa para engendrar mecanismo de ganho de autonomia, liberdade, credibilidade, constituindo-se assim, dentro de uma rede chamada rizoma, que é fluida e conexionalista. (Ferreira e Tavares, *op. cit.*, p. 134-135).

Na sociedade contemporânea, o capital se ressignifica em função de novos formatos movidos pela abertura às redes que se formam em outras configurações rizomáticas. O contexto agora é a crise ambiental, forçando as alterações em torno do paradigma de sustentabilidade para alcance de estratégias viáveis em relação ao consumo dos recursos da natureza, onde a sociedade exerce um protagonismo fundamental em relação ao consumo. Direcionando os argumentos para o nível nacional, em congruência com o estudo em pauta, verifica-se que, segundo Tavares e Irving (2009), a partir da Conferência Rio-92 esse movimento começa a remodelar o sistema brasileiro, alterando também a forma de se consumir. As empresas

começam a investir em produtos com apelos ecológicos, conhecidos como “produtos verdes”, iniciando, portanto, em conjunto com os atores sociais, uma participação em torno da criação e do desenvolvimento de “mercado verde”.

É neste cenário de ebulição e fluidez que Pelbart (2003) assinala que a capacidade de conexão do trabalhador tornou-se indispensável à nova configuração produtiva, juntamente com outros elementos ligados as suas iniciativas e inventividades. Destarte, houve uma ruptura com as estruturas rígidas anteriores, do trabalho massificado e homogeneizado. Para Pelbart (2003) a lógica do capital atualmente deve envolver as pessoas certas e ter o máximo de conexões, informações e navegabilidade, a ideia dos novos capitalistas não é aquela de acúmulos de posses e sim de circulação de países, setores, línguas, universalidades. Dessa forma:

O mundo conexcionista é inteiramente rizomático, não finalista não identitário, favorece os hibridismos, a migração, as múltiplas interfaces, metamorfoses etc. Claro que o objetivo final do capitalismo permanece o mesmo, visa o lucro, mas o modo pelo qual ele agora tende a realiza-lo, e essa é a tese dos autores, é prioritariamente através da rede. (PELBART, *op. cit.*, p. 97)

Nesse contexto, Deleuze (1992) delimita que o capitalismo está direcionado para o mercado, e não mais em função da produção. Em relação aos processos de dominação do modelo capitalista, à luz do questionamento de Pelbart sobre a sociedade de controle temos a conjectura de: “(...) como controlar o incontrolável, a criatividade, a autonomia e a iniciativa alheias, senão fazendo com que equipes auto organizadas se controlem a si mesmas?” (PELBART, *op. cit.*, p. 98).

Nessa ordem, na qual o controle não corresponderia à manipulação, se situam os propósitos da pesquisa, que também lança um olhar sobre o capital humano empreendedor. Nesse contexto, caberia verificar uma passagem do controle ao autocontrole, de acordo com Pelbart (2003). As características que delimitam o campo de estudo provêm da especulação em torno da exploração subjetiva dos modos de produção e comercialização, no âmbito do capitalismo rizomático, onde a clientela poderia estar exercendo o controle sobre o que é produzido. “Com isso, os trabalhadores tornam-se mais responsáveis pelo processo produtivo como um todo, menos alienados.” (PELBART, *op.cit.*, p. 98). O estabelecimento de uma rede que se propõe às atividades agroecológicas, com manejo de resíduos, o fomento de feiras orgânicas sugere um empreendimento com demandas que nos parecem contrárias ao que Pelbart (2003) sinalizou como “controle hierárquico”, configurando que essa é uma atividade que reivindica:

(...) uma autonomia, uma espontaneidade, uma mobilidade, uma pluricompetência, uma convivibilidade, uma abertura a novidade, à criatividade, à sensibilidade, a escuta do vivido e o acolhimento de experiências múltiplas, contatos interpessoais etc.

(...) Toda a defesa das relações humanas, da autenticidade, de um “saber ser” (mais do que um “saber fazer”), do que é humano. (PELBART, 2003, p. 98 -99).

Embora, Pelbart (*op. cit.*) vislumbre uma possibilidade de o controle evoluir para um autocontrole, através de questões embasadas nos processo de autonomia, autenticidade e mobilidade, ainda assim, Guattari (2007) observa uma tendência de que nenhuma atividade humana e nenhum setor de produção fiquem fora dos mecanismos de controle.

Destarte, as produções voltadas para o “consumo verde”, estão dentro desse processo que é conexionalista e fluido, favorecendo mudanças que se enseja a natureza, como uma nova forma de consumo, produzindo subjetividades capitalísticas que podem gerar uma produtificação e também a ocorrência de politização do consumo, mediados pelos “kits de subjetividade”. Concomitantemente, a todos estes movimentos apreciados até então, não se excluem os efeitos da globalização, haja vista a sua incidência sobre as comunidades envolvidas no processo.

2.1.4. Movimentos globalizantes e efeitos sobre as comunidades

Coloca-se no contexto da pós-modernidade os fatores que dizem respeito aos efeitos da globalização e os impactos produzidos sobre as comunidades nacionais, no processo argumentativo da discussão teórica, aqui sustentada. Esse posicionamento decorre das consequências globalizantes estarem diretamente ligadas ao aumento desproporcional do consumo e da produção de resíduos, no panorama da produção verde. Assim, dar-se-á a discussão com base em diferentes correntes sobre o assunto.

De acordo com Rolnik (1997), “A globalização da economia e os avanços tecnológicos, especialmente a mídia eletrônica, aproximam universos de toda a espécie situados em qualquer ponto do planeta, numa variabilidade e numa densificação cada vez maiores” (ROLNIK, 1997, p. 19).

Nesse contexto, porém, em outra corrente, Bauman (1999) argumenta que: “Para alguns, “globalização” é o que devemos fazer se quisermos ser felizes; para outros é a causa da nossa infelicidade.” Contudo, (...) “no fenômeno da globalização há mais coisas do que o olho pode

apreender (...)”. (BAUMAN, 1999, p. 7). Em relação a esses conceitos, passamos à apreciação de outros entendimentos.

Dentro desse processo globalizante, Hall (2015), referindo-se à identidade cultural nacional, menciona que essas estão sendo afetadas por um deslocamento das identidades no processo de globalização. Argumenta, ainda, como os sujeitos estão fragmentados em função de sua identidade cultural. Este enfoque, como todo o seu discurso foi direcionado para o período da pós-modernidade ou da modernidade tardia, como assim ele a nomeia. Entretanto:

Tal aspecto é coadunado por Bauman (2005) ao indicar que é improvável que qualquer modelo que seja baseado num único fator tenha capacidade de dar conta da complexidade do mundo e de abranger a totalidade da experiência humana. (CÂMARA, FONSECA; SOUZA, 2014, p. 292).

Assim, “A globalização tanto divide quanto une; divide enquanto une - e as causas da divisão são idênticas às que promovem a uniformidade do globo.” (BAUMAN, 1999, p. 8).

Já em seu discurso, Hall argumenta em relação à cultura nacional, que as identidades estão colocadas da seguinte forma: “(...) de modo ambíguo entre o passado e o futuro. (...) se equilibra entre a tentação de retornar as glórias passadas e o impulso por avançar ainda mais em direção à modernidade”. (HALL, 2015, p. 33)

Então, em relação aos movimentos globalizantes de retorno às antigas fórmulas de convivência, verifica-se um contraponto, posto que se trate de outra corrente:

Certamente seria inconcebível pretender retornar a fórmulas anteriores correspondentes a períodos nos quais ao mesmo tempo, a densidade demográfica era mais fraca e a densidade das relações sociais mais forte que hoje. A questão será literalmente construir o conjunto das modalidades do ser-em-grupo. E não somente pelas intervenções “comunicacionais”, mas também por mutações existenciais que dizem respeito à essência da subjetividade. Nesse domínio, não nos ateríamos às recomendações gerais, mas fariamos funcionar práticas efetivas de experimentação tanto nos níveis microssociais quanto em escalas institucionais maiores. (GUATTARI, p. 16, 2001)

Retomando-se às ideias anteriores, como Bauman (1999) abordou a questão da globalização sob o aspecto da segregação espacial? Mais precisamente, como de dá uma forma progressiva de separação e exclusão? Perceba-se:

As tendências neotribais e fundamentalistas, que refletem e formulam a experiência das pessoas na ponta receptora da globalização, são fruto tão legítimo da globalização quanto a “hibridização” amplamente aclamada da alta cultura – a alta cultura globalizada. (BAUMAN, 1999, p. 9)

Nesse contexto, o autor revela também que: ‘Uma causa específica de preocupação é a progressiva ruptura de comunicação entre as elites extraterritoriais cada vez mais globais e o restante da população, cada vez mais “localizada.”’ (BAUMAN, 1999, p. 9).

Dessa forma, há uma tensão gerada pela separação e independência das elites globais em relação às unidades culturalmente e territorialmente localizadas. Neste cenário criou-se uma espécie de hierarquia, onde no topo estariam os extraterritoriais e abaixo, o restante da população mais localizada.

Ainda, por outro ângulo, Stuart Hall percebe a cultura nacional como uma “comunidade imaginada”, devido a ela estar associada a três conceitos: “(...) as memórias do passado; o desejo de viver em conjunto; a perpetuação da herança” (HALL, 2015, p. 34). Dentro desses argumentos, a respeito de identidades nacionais, questionam-se, para fins desse estudo, os efeitos da globalização e a ideia dos deslocamentos. Entende-se que o retorno às origens e as raízes estão de forma latente presentes nas comunidades nacionais, apesar da hegemonia extraterritorial. Dessa forma, são construídos parâmetros simbólicos de todo tipo.

Intenta-se, para tanto, arguições mais complexas nessa abordagem do consumo, face aos movimentos globalizantes. Muitos outros fatores e disciplinas estão interligados na problemática analisada. Tavares e Irving (2008) observaram vários confrontos filosóficos, sob olhares e saberes distintos no que tange a sociedade e cultura do consumo, complementando que elas são:

(...) extremamente complexas e de difícil delimitação, levando-se em consideração a diversidade filosófica relacionada aos campos teóricos de cada saber, às suas fronteiras, aos temas pesquisados e às questões pertinentes à investigação do consumo. (“...”) Compreender o consumo é lançar um olhar crítico e reflexivo sobre seus diferentes platôs, sem que com isso se vá chegar a alguma certeza.” (TAVARES; IRVING, 2008, p. 106).

E, como o descarte de resíduos está atrelado ao ato de consumir, uma visão multidisciplinar, englobando várias correntes de pensamentos, poderá imprimir um caráter realístico, para o enfrentamento da disposição indiscriminada destes materiais residuais nas comunidades.

Embora, haja um forte movimento à globalização, a título de exemplificação, Bauman (1999) ressalta as variações entre:

“(...) o “aqui” e o “acolá”, “dentro” e “fora”, “perto” e “longe”“. Com o tempo de comunicação implodindo e encolhendo para a insignificância do instante, o espaço e

os delimitadores de espaço deixam de importar, pelo menos para aqueles cujas ações podem se mover na velocidade da mensagem eletrônica. (BAUMAN, 1999, p. 20)

De acordo com o autor, o ambiente local refere-se ao “espaço próximo”. No binômio longe/perto há uma dimensão entre a certeza e a incerteza, a ideia de “perto” significa que não é problemático, onde não se dá margem para a hesitação. “Seja o que for que se conheça como “comunidade local”, foi algo que surgiu dessa posição “aqui” e “acolá”, “longe” e “perto””. (BAUMAN, 1999, p. 21)

Em contrapartida, Rolnik (1997) atenta para as novas possibilidades subjetivas em termos de globalização no que tange ao mercado produtivo: “É a desestabilização exacerbada de um lado e, de outro, a persistência da referência identitária, acenando com o perigo de se virar um nada, caso não se consiga produzir o perfil requerido para gravitar em alguma órbita do mercado.” (ROLNIK, 1997, p.2). A autora delinea, ainda, que a demanda de novos processos globalizantes possam implicar nos seguintes efeitos:

O que se coloca para as subjetividades hoje não é a defesa de identidades locais contra identidades globais, nem tampouco da identidade em geral contra a pulverização; é a própria referência identitária que deve ser combatida, não em nome da pulverização (o fascínio niilista pelo caos), mas para dar lugar aos processos de singularização, de criação existencial, movidos pelo vento dos acontecimentos. Recolocado o problema nestes termos, reivindicar identidade pode ter o sentido conservador de resistência a embarcar em tais processos. (ROLNIK, 1997, p. 3-4)

Face às visões diferenciadas, numa análise mais específica, Hall descreve as demandas da globalização sobre as identidades culturais, observando as possíveis consequências:

1. ‘As identidades nacionais estão se desintegrando, como resultado do crescimento e da homogeneização cultural e do “pós-moderno global”’.
2. “As identidades nacionais e outras identidades locais ou particularistas estão sendo reforçadas pela resistência à globalização.”
3. “As identidades nacionais estão em declínio, mas novas identidades – híbridas – estão tomando seu lugar.” (HALL, 2015, p. 40).

Em deferência ao relato acima, a respeito das novas identidades, observa-se em Bauman que “Antes um ‘projeto para toda vida’, a identidade agora se transformou num atributo momentâneo. Uma vez planejada não é mais ‘construída para durar eternamente’: precisa ser continuamente montada e desmontada.” (BAUMAN, p. 22, 2009). Assim, a distinção entre o local e o global dentro das tensões impostas pelo sistema, devido às pressões para homogeneizações, a própria resistência às mudanças e as características híbridas, estão se tornando cada vez mais presentes nas comunidades.

Dessa forma, traça-se um paralelo a ser explorado sobre o consumismo global. Nesse ínterim, Hall (2015) estabelece inúmeros parâmetros relacionais para identificar as causas do consumo e também das migrações, desde questões como pobreza e seca até distúrbios políticos originários de alterações arbitrárias dos governos. Estes movimentos, em grande número, tendem a ser impulsionados pela globalização em que as pessoas (...) “acabam por acreditar na “mensagem” do consumismo global e se mudam para os locais de onde vêm os “bens” e onde as chances de sobrevivência são maiores” (HALL, 2015, p. 48).

A globalização não é um processo unificado e está associado a diferentes movimentos variáveis e por vezes contraditórios, nos quais, alguns autores de certa forma preconizam um retorno às tradições, onde as hibridizações e os caracteres étnicos não estão excluídos. Em meio a toda essa discussão, buscam-se de fato as raízes, nas quais se desencadearam os diferentes procedimentos que estão no bojo das questões relacionadas ao consumo.

Nesse âmbito, a pesquisa privilegia o diálogo com as comunidades elencadas, no sentido de perceber como os atores sociais se colocam em função destes conflitos com a finalidade de explorar as questões relacionadas à territorialidade.

2.1.5. Em busca do tesouro perdido

Faz-se nesse capítulo uma retrospectiva para se discernir sobre a raiz do consumo, a partir da efetivação da sociedade burguesa e da implantação do capitalismo industrial, que automaticamente se reporta à dicotomia de Tönnies (1957)⁴. Ele define o natural como sendo o implícito, e o arbitrário, o explícito. As relações sociais para Tönnies (1957) se expressam pelas relações naturais existentes em pequenas aldeias, ou seja, em ambientes onde todos se conhecem – a *Germanenschaft*. Já a *Gesellschaft* seria uma comunidade arbitrariamente constituída, uma sociedade onde a vontade se expressaria pela ordem normativa, pelos contratos e pelas relações legais. A mercadoria é o produto que entra no intercâmbio entre os indivíduos e a comunidade. Na evolução do que se considerava comunitário, para a formação da sociedade, exatamente nesta cisão, descrita pela visão abordada, é que começa o incremento o capitalismo, causando uma abertura para os novos conceitos de desejo e de consumo.

⁴TÖNNIES, Ferdinand. **Communities and Society**: Gremanischaft and Gesellschaft. East lausing. East Lansing: Michigan State University Press, 1957. p. 223-231.

O processo de erosão e solapamento das “totalidades” sociais e culturais locais foi captado primeiramente pela fórmula de Tönnies, e segundo Bauman (1999), na modernidade, pela passagem da *Germaninschaft* (comunidade) para a *Gesellschaft* (associação).

De acordo com Bauman, nas palavras de Tönnies havia um convite, intencional ou não: “(...) “convidava a ‘comunidade’ (*Germaninschaft*) a voltar ao exílio”, ou seja, à *Germaninschaft* (BAUMAN, 2003, p. 15)”. O autor sugere que haja um consenso sobre isso, pois segundo ele, a palavra comunidade sugere uma coisa boa, onde estaríamos seguros e poderíamos relaxar. “Em suma, ‘comunidade’ é o tipo de mundo que não está, lamentavelmente, ao nosso alcance – mas no qual gostaríamos de viver e esperamos vir a possuir.” (BAUMAN, 2003, p. 9). Contudo, nessa afirmação, percebemos que, para o autor, há uma desconstrução dessa ideia de bem viver, devido ao fato dual de que:

Há um preço a pagar pelo privilégio de “viver em comunidade” – e ele é pequeno e até invisível só enquanto a comunidade for um sonho. O “preço é pago em forma de liberdade, também chamada “autonomia”, direito a autoafirmação” e a “identidade”. Qualquer que seja a escolha, ganha-se alguma coisa e perde-se outra’ (BAUMAN, 2003, p. 10).

Assim, em relação ao progresso, a tensão encontra-se entre as variáveis contraditórias de segurança e liberdade, onde não se vislumbra, ainda, uma possibilidade de convivência compatível com essas duas vertentes. Mas, o autor avalia, ainda, que esses pensamentos são atravessados por um conflito e maculados de ambivalência. Nesse contexto, há um contra argumento de Stuart Hall que descreve as três concepções de identidade relativas aos: sujeitos do Iluminismo, sujeito sociológico e pós-moderno. Em relação a sua última classificação dos sujeitos, nas palavras do autor, esse sujeito é uma “celebração móvel” (HALL, 2015, p. 12), derivação das contínuas representações geradas, ou seja, identidades diferentes em momentos distintos. “Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal forma que nossas identificações estão sendo constantemente deslocadas” (HALL, *op.cit.*, p. 12). Destarte, questiona-se a colocação acima, delineada pelo autor, se seria enfática no sentido de entendermos as proposições do estudo, uma vez que abre possibilidades associativas entre as relações humanas, com o meio ecológico circundante, abordando-se as referidas dualidades citadas, a que se tenha que recorrer.

Pensando-se no contexto da sociedade de controle (DELEUZE, 1992), em tempos da liquidez de Bauman (2003), aborda-se, para tanto, a relação entre a ecologia, que está relacionada às inteirações dos seres vivos, o ambiente em que eles vivem e a psicossociologia. Essa última, que abrange temas comuns entre a psicologia e sociologia, caracterizando as

relações na sociedade e no psiquismo, sob vários aspectos. Então, qual seria o reflexo entre essas correspondências estabelecidas?

Então, questiona-se: a comunidade, no sentido de Tönnies (1957) seria o tipo de mundo que não está mais ao alcance dos indivíduos? Existiria, porém, um desejo contido de um retorno às formas originais de viver, de pensar e de criar no campo da produção de orgânicos? E como a Ecosofia (GUATTARI, 2001) poderia estar relacionada a esta questão? Contudo, primeiramente, qual seria a relevância da psicossociologia em relação à ecologia?

2.2. A RELAÇÃO ENTRE A ECOLOGIA E A PSICOSSOCIOLOGIA

Explicitando-se esse panorama, entende-se que a pesquisa estrutura-se nas bases da psicossociologia e possui caráter interdisciplinar. Uma vez que o tema consumo, no sentido de aquisição e descarte de coisas, está atrelado aos conceitos da ecologia. Então, procura-se entender o social e o papel das identidades, nesse contexto. Segundo Nasciutti (1996), a relação do social com o individual é mais profunda, pode-se dizer que as socialidades presentes da vida em comum, fazem parte do comportamento dos indivíduos, uma vez que se inscreve em seu corpo, no seu psiquismo e suas representações fazem parte de si mesmos e dos outros, nas relações mantidas por eles com o mundo exterior. A respeito dessas relações, Moscovici (2007), questiona as novas maneiras de viver, de pensar e criar, fazendo uma incitação contrária à passividade reinante nas causas ecológicas. Isso se dá através da instauração de debates de ideias, pois, a seu ver, onde não há debates, não há ideias. E por assim dizer, pode-se promover, também, uma contestação política à emergência de novas atividades sociais nesse campo.

Para mim, a ecologia não diz respeito somente à poluição, às catástrofes energéticas, à agricultura biológica e à destruição de lugares... Seu campo de ação é também o modo de vida: a seleção e a reprodução dos grupos sociais, as relações entre homens e mulheres, entre o trabalho manual e intelectual, entre cidade e campo, entre o mundo do leste e o mundo do oeste. (MOSCOVICI, 2007, p. 210).

Quanto à relevância da psicossociologia em relação à ecologia, pode-se dizer que não está centrada unicamente no comportamento reativo de Moscovici (*op. cit.*), mas se trata de uma abertura para o novo.

Trata-se também de encontrar uma nova proposta para o futuro: não basta dizer não à morte, é preciso dizer sim à vida. Não existem catástrofes: existem mortos, existem nascimentos e renascimentos, porque a ciência, a sociedade e a cultura não têm – como a vida – nem um começo nem um fim, elas continuam (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 210).

Assim, as perspectivas criadas, vislumbram tornar mais reflexivas essas relações, e buscar assimilar as inclinações de mercado frente à geração de resíduos, que vão de encontro às parcelas ecológicas que abrigam, de forma democrática, as novas direções a serem percorridas. Nas propostas para o futuro, em referência ao “progresso”, delineado por Bauman (2003), entende-se que aquilo que está por vir é pensado, não mais, a partir do contexto de um desejo de avançar, ir adiante, mas em conexão com o esforço desesperado para se manter na corrida. Dessa forma, o progresso poderá vir, segundo Moscovici (*op.cit.*), quando se projetarem esses conceitos estendidos aos ecologistas, que, segundo ele, não estariam na contramão da história: “É, ao contrário, uma nova máquina de inteligência natural, que reflete para saber quando se deve avançar, quando recuar e em qual direção” (MOSCOVICI, *op. cit.*, p. 189). Destarte, as relações entre ambiente, sociedade e as subjetividades no contexto do “consumo verde” estão intrinsecamente ligadas e servem para ancorar a elaboração da pesquisa. Nestes termos, há um entrelace entre a sociedade, o meio que a envolve e as subjetivações, visando ampliar as reflexões com a psicossociologia, na inteiração dos processos sociais, ecológicos e da produção de subjetividades. Assim, serão evidenciadas discussões sobre os pensadores Felix Guattari, Sueli Rolnik e Gilles Deleuze nos próximos capítulos. Para o melhor entendimento do estudo, como seria esse intercâmbio?

2.3. O ELO ENTRE A SOCIEDADE, O MEIO QUE A ENVOLVE E AS SUBJETIVAÇÕES: A “ECOSOFIA”

A partir do termo “ecosofia”, Guattari (2001) observa que, através de uma revolução política social e cultural, em escala planetária, com nova orientação dos meios de produção de bens materiais e imateriais, poderá haver uma resposta à crise ecológica.

As formações políticas e as instâncias executivas parecem totalmente incapazes de aprender essa problemática no conjunto de suas explicações. Apesar de estarem começando a tomar uma consciência parcial dos perigos mais evidentes que ameaçam o meio ambiente natural de nossas sociedades, elas geralmente se contentam em abordar o campo dos danos industriais e, ainda assim unicamente uma perspectiva tecnocrática, ao passo que só uma articulação ético - política – a que chamo de ecosofia – entre os três registros ecológicos (o do meio ambiente, o das relações sociais e o da subjetividade humana) é que poderia esclarecer tais questões. (GUATTARI, *op. cit.*, p. 8).

Com o entendimento do conceito de ecosofia, por um olhar interdisciplinar, poder-se compreender a variação das identidades, que são revogáveis, temporárias e flutuantes, segundo Tavares, Irving e Vargas, (2014) e, neste plano, formadas a partir da regulação dos mercados e da produção de subjetividades. Essas identidades na pós- modernidades são assim entendidas:

O sujeito da Modernidade que se apreende no "eu pensante" cartesiano pode, com efeito, assumir vários rostos, mas estará sempre localizado numa mesma filosofia da consciência. É o homem do dualismo entre mente e matéria, oposição bastante oportuna por garantir que se localize justamente na mente o que foi tomado como "sujeito individual", "sujeito centrado", capaz de exercer a razão, sempre idêntico a si mesmo. A esse conjunto de fatores que permitiu exorcizar as forças da alteridade denominou-se "identidade", garantia da permanência de um sujeito unificado. (ROCHA, 2007a, p. 5)

Ainda que assim, nesse sujeito unificado, flutuem várias ideias no seu campo subjetivo. Note-se, de acordo com Guattari e Rolnik (2000) que a subjetividade é produzida por agenciamentos de enunciação. Dessa forma, "(...) os agenciamentos coletivos de enunciação são abordados enquanto efeitos dos encontros (nunca coincidentes) de visibilidades e enunciabilidades constitutivos dos saberes, sobre os quais se exercem as relações de poder." (ROCHA, 2007b, p. 4). Na sociedade de consumo, segundo Rocha (2007b), tudo tem um significado, onde a compra pode vir sob a forma de argumento ou atitude. A produção de sentidos nos processos de subjetivação – construção de si mesmos como sujeitos, e de semiotização – a interpretação dos sinais, não é centrada em agentes individuais, nem em agentes grupais, visto que ambos os processos são duplamente descentrados e, são implicados em fazer funcionar as máquinas de expressão que podem ser de natureza extra individual ou extra pessoal. "(...) a noção de agenciamentos coletivos de enunciação tem a vantagem de nos permitir apreender pequenos deslocamentos na multiplicidade de produção de modos de subjetivação." (ROCHA, *op. cit.*, p.24).

Sendo assim, de acordo com Guattari e Rolnik (2000), esses sistemas podem ser: maquínicos; econômicos; sociais; tecnológicos; ecológicos; icônicos; etológicos; de mídia. Por assim dizer, são sistemas que não são mais imediatamente antropológicos. Podem ser também, na conclusão dos autores: de natureza infra-humana; intrapsíquica; infra pessoal, que seriam sistemas de percepção, de sensibilidade, de afeto, de representação, de imagens, de valor, modos de memorização e produção de ideias, sistemas de inibição e de automatismos, sistemas corporais, orgânicos, biológicos, fisiológicos, etc... Para a compreensão dos temas ligados às atividades, ditadas pelo mercado, entre outras, observe-se como se dá a produção de subjetividades neste setor. Sob um viés interdisciplinar, característico do estudo em questão e na órbita psicossocial, cuja à luz de Guattari e Deleuze, ressalta-se que:

A subjetividade é plural, polifônica, se constitui de forma rizomática e imanente e não conhece nenhuma instância dominante de determinação que guie as outras instâncias segundo uma causalidade inequívoca. A subjetividade se insere num campo de um nomadismo generalizado, onde tudo circula, em um mundo do estado das coisas, em que tudo se tornou intercambiável (TAVARES; IRVING, 2009, p. 5).

Em razão da circulação generalizada, devido à globalização, onde somos bombardeados sobre todos os tipos de coisas e de informações, são produzidos alguns conceitos. O conceito de *marketing*, segundo Kotler (2003), consiste em uma atividade humana moldada para satisfazer necessidades e desejos, por meio de troca. Mesmo com os avanços tecnológicos sendo pequenos sobre a produção de orgânicos, ainda assim, há um movimento na direção dos mecanismos de especulação sobre o capitalismo, que muito interferem nos processos subjetivados dos conceitos desenvolvidos até então. Destaca-se, em função do estudo, o caso do “consumo verde”, que se caracteriza não só pelo preço e pela qualidade de um artigo, mas lançando-se um olhar para outros fatores, por exemplo: modos de produção; distribuição e descarte. Segundo Deleuze (1992), o capitalismo já não está direcionado à produção e sim em função do mercado. O apelo ambiental produzido em função de um “consumo verde” pode vir carregado de agenciamentos de enunciação, fruto das publicidades introduzidas pela mídia. Destarte, Deleuze (*op.cit.*) descreve em relação à sociedade de controle que: “O *marketing* é agora o instrumento de controle social, e forma a raça impudente de nossos senhores” (DELEUZE, *op. cit.*, p. 224). Assim, “Deleuze centra sua atenção no papel do *marketing* na sociedade do controle, cuja característica principal seria a de não funcionar mais por confinamento, mas por ‘controle contínuo e comunicação instantânea’ das práticas sociais” (SILVA, 2010, p. 65).

Em função disso, o autor ainda destacou que: “São as sociedades de controle que estão substituindo as sociedades disciplinares.” (DELEUZE, *op. cit.*, p. 22). Dessa forma, observe-se, portanto, o recorte feito por Costa (2004) sobre o assunto:

Num artigo intitulado “Post-Scriptum sobre as Sociedades de Controle”, o filósofo Gilles Deleuze (1990) indicava alguns aspectos que poderiam distinguir uma sociedade disciplinar de uma sociedade de controle. As sociedades disciplinares podem ser situadas num período que vai do século XVIII até a Segunda Grande Guerra, sendo que os anos da segunda metade do século XX estariam marcados por seu declínio e pela respectiva ascensão da sociedade de controle (COSTA, *op. cit.*, p. 161).

Diferentemente da investigação de Michel Foucault, na sociedade disciplinar, com as divisões feitas em espaços fechados e enclausuramentos – a exemplo: escolas, hospitais, prisões, entre outros. A partir desse consenso, Deleuze (1992) percebe que esses espaços confinados agora são como moldes, fixos definidos. E os chamou de processos de moldagem, que poderiam ser aplicados a quaisquer formas sociais, em função da substituição dos antigos confinamentos, de modulação. Para as sociedades de controle, não se encontrariam limites entre esses espaços, de tal forma que haveria uma interpenetração entre eles (a rede), onde o tempo

seria contínuo, onde os indivíduos estariam enredados num tipo de formação permanente, onde não conseguiriam terminar coisa alguma, que, conforme Deleuze (*op. cit.*) seria uma espécie de modulação universal e constante que atravessaria as malhas do tecido social. Segundo Costa (2004), nesse contexto, Felix Guattari imaginava uma cidade sem barreiras, onde os indivíduos seriam movidos por seus cartões eletrônicos, que eventualmente pudessem ser rejeitados. “Para ele, as barreiras não era o que contava e sim o computador, que identificava a localização de cada um, licitamente ou não, operando numa modulação universal” (COSTA, 2004). Ainda, de acordo com Costa (*op.cit.*), Deleuze, nesse ínterim, discorreu que as sociedades disciplinares possuiriam dois polos, “a assinatura que indica o indivíduo, e o número de matrícula que indica sua posição numa massa”. Porém, nas sociedades de controle, “o essencial não seria mais a assinatura nem um número, mas uma cifra: a cifra é uma senha”. Cujas “(...) A linguagem digital do controle é feita de cifras, que marcam o acesso ou a recusa a uma informação” (Deleuze, 1990, apud COSTA, *op. cit.*, p. 161). Nesse novo cenário, desenhado por Deleuze e Guattari, procede-se a incursão relativa aos processos da pesquisa. Assim, um pensar a partir das esferas de subjetivação e da psicossociologia atuando interligadas ao meio ambiente e as relações sociais, trazem, a despeito dos atores elencados, uma visão peculiar: na qual a produtivização da natureza e a politização do consumo fariam parte de um processo de moldagem, em substituição aos antigos modos de confinamentos. Para o entendimento dessas relações, observar-se-á outros elementos a seguir.

2.4. CERTEZAS, AMBIVALÊNCIAS E CONTRADIÇÕES

As argumentações da pesquisa estão centradas dentre as certezas, ambivalências e contradições sobre o que seria de fato realidade ou imaginação acerca da geração de resíduos, com o propósito de desvendar as pistas que envolvam o destino final dos mesmos. Na era em que o descarte de materiais se configura como uma vertente de um consumo desenfreado inclina-se o pensamento para as diversas possibilidades que podem propiciar desequilíbrios ambientais. Parte-se da ideia de que um retorno às comunidades puramente constituídas fosse, talvez, uma utopia. Mesmo sendo relevante o fato utópico, para determinados autores, ainda assim, busca-se o tesouro considerado perdido – o que seriam as relações interpessoais, cujo foco nos resíduos, poderia resgatar os modos de vida das antigas sociedades? De acordo com Deus et. al. (2015), “Os seres humanos sempre produziram resíduos como parte da vida e desde a mudança da vida nômade, por volta de 10 mil anos A.C., quando começaram a viver em comunidades, a produção de resíduos sólidos tem aumentado.” (DEUS et. al. 2015, p. 685). Em

função do aumento de resíduos, mais recentemente, alguns países criaram políticas para gerenciar essa questão, mas outros só se deram conta quando o lixo produzido, já tinha virado um problema. O gerenciamento de resíduos sólidos urbanos no Brasil é regulado com base na Lei nº 12.305, de dois de agosto de 2010, porém sua implementação carece ainda de adesão por parte de muitos municípios (PNRS/2010). A questão necessita de reflexões para que se possam desvendar as maneiras de lidar com diferentes propostas de aproveitamento de resíduos no ambiente, sejam elas derivadas ou não do consumo acentuado. Assim, a título de exemplificação:

Considerando o problema onde o total dos resíduos sólidos gerados nas zonas urbanas é aprox. 1,3 milhões de t/ano, com uma taxa per capita de 1,20 kg/dia –sendo o 46% resíduos sólidos orgânicos, em alguns setores como o agrícola e florestal em Ibero América propõem-se alternativas de manipulação desses desperdícios com a metodologia das 3R onde se idealiza reduzir, reutilizar e recicla-los. (GUANABARA; GAMA; EIGENHEER, p.91, 2008).

Percebe-se que relação entre resíduos sólidos totais e resíduos orgânicos, é bastante significativa, na qual se ressalta a importância da segregação de materiais em quaisquer panoramas. Portanto, se propõe uma concentração nos desafios da construção de uma abordagem psicossocial das ruralidades, no campo de estudo, ou seja, desenvolvendo-se um mapeamento das condições locais; de forma a distinguir os significados contidos sob afirmação de que “a agroecologia seria um modelo a ser seguido”, presente nas bases dos movimentos que primam sobre a importância do consumo de alimentos orgânicos, que deverão ser interpretados a partir das feiras observadas. A análise desses fatos poderá contribuir, também, no gerenciamento dos resíduos, haja vista, que esse tipo de agricultura prescinde da incorporação de resíduos sólidos orgânicos para incrementar a sua produção. Ao se pensar em resíduos, é desafiador ter um olhar amplo, posto que, as abordagens de fatores subjetivos podem de alguma maneira, influenciar nas formas de se lidar com o assunto, no espectro das identidades constituídas no processo, em si.

Retomando-se o assunto sobre identidades, formadas no campo psicossocial de influência no estudo, ressalta-se a relação entre a realidade e a ilusão, na qual se destaca outra corrente de pensamento, Bauman (2009) comenta a necessidade de termos habilidades para enfrentarmos as manipulações líquido-modernas, impressas nas identidades, assemelhando-as a um suposto malabarismo.

A prática de tais habilidades tem sido colocada ao alcance de um consumidor comum, mediano, pelo expediente do *simulacro* – fenômeno (na memorável descrição de Jean Baudrillard) similar às doenças psicossomáticas, conhecidas por eliminarem a distinção “entre coisas tal como são” e “as coisas como aparentam ser”, entre

“realidade” e ilusão” ou entre “verdadeiro estado” das coisas e simulação. (BAUMAN, *op. cit.*, p. 22-23).

Em tempos de oscilações, onde se assume uma distância entre o real e o imaginário, o real pode se transformar em verdadeira utopia, adotando a imagem como o objeto perdido, argumenta Klix Freitas (2013), referendado por Baudrillard (1976)⁵, cujo mesmo contexto é explorado por Bauman na citação acima.

Dentro das perspectivas mencionadas, seria válida uma reflexão associativa do tema da pesquisa com das referências supracitadas? Proporcionando-se, de alguma forma, uma comparação sobre o ideal utópico, em relação à geração de resíduos? Ou seja, àquilo que deveria se consumir como realidade são, de fato, as condições existentes na comunidade em foco? E assim, poderiam se configurar, para tal, como o objeto perdido? Esse leque de possibilidades pode suscitar questionamentos em torno da geração de resíduos, que através da comercialização também podem não retornar à origem. Embora sejam literalmente consumidos através da alimentação, sempre ocorrem excedentes. Porém, atualmente, já há uma inclinação gastronômica de incorporação e reaproveitamento do material orgânico, o qual antes era descartado. Assim, através dos apelos mais recentes da gastronomia, poder-se-á desvelar para fins de aproveitamento residual, nesse cenário, se ocorre uma politização do consumo em relação às características agroecológicas impressas aos alimentos comercializados e/ou uma tendência à produção de “Kits subjetividades” (TAVARES et. al., 2014), podendo se consolidar como modelagens marcárias (FERREIRA; TAVARES, 2017). Ou seja, os produtos poderiam representar marcas ou grifes alimentares (PAIVA; CALHEIROS, 2001)? Destarte, nesse caso, podendo produtivar a natureza (TAVARES, 2014)? Essas são situações que são factíveis de ocorrer por parte dos produtores, como por parte dos consumidores, no panorama do estudo. O ato de consumir coloca as pessoas em contato com diversas facetas do consumo, gerando uma série de interpretações de si próprias, uma vez que se está definitivamente dentro do processo de aquisição de coisas. Possivelmente, nessas relações, assume-se tanto o polo passivo dos empreendimentos consumistas, como também o polo ativo. Dessas desigualdades, compreende-se que é necessário encontrar, através das argumentações em grupo e /ou em reflexões individuais, um consenso sobre a relação entre consumo dos alimentos rotulados como orgânicos/agroecológicos, e, o aproveitamento de resíduos nessas comunidades. Para tanto,

⁵ BAUDRILLARD, J. **A Troca Simbólica e a Morte**. Lisboa: Edições 70, 1976.

poderia ser propício, em função das observações, procurar depreender o que ocorre a partir dos agenciamentos que envolvem os atores envolvidos.

Hoje, a busca por aquilo que não se tem, para justificar aquilo que se pretende ser (TAVARES, 2016), pressupõe uma inclinação ao consumismo, no qual a natureza fica relegada em função de soluções imediatistas que vão ao encontro às satisfações pessoais e insaciáveis, promovendo um contínuo descontrolado na aquisição das coisas, por conseguinte proporcionando uma maior geração de resíduos. Nesse panorama, existem tendências dos atores sociais fazerem parte de um grupo que se identifica como sendo de produtores e/ou consumidores “verdes”, ou seja, politicamente coerentes com uma alimentação saudável, provocando nos indivíduos um sentido de pertencimento (TAVARES, 2005), nessas esferas. A constatação dessas condições como reais ou irrealis estão relacionadas às arguições da pesquisa.

Sob o mesmo tema, associando-o aos movimentos contemporâneos e a articulação entre os pensadores elencados nesse estudo, de acordo com Graeff (2006), evidencia-se a dinâmica instituída pela globalização em relação ao consumo. Essa associação expressa justifica a gravidade do problema, que se configura em relação à cultura nacional.

Partindo das teorias de Stuart Hall sobre identidade cultural, e de Jean Baudrillard sobre sociedade de consumo, evidencia-se a diminuição das diferenças culturais entre os povos interligados pela globalização econômica, base material da era pós-industrial onde a lógica do consumo supera a lógica da produção. (GRAEFF, 2006, p. 712)

Em virtude do aumento do consumo nas bases supracitadas, intenta-se fazer um estudo que possibilite um olhar direcionado para a qualidade dos resíduos, fator que se justificaria pela prática da agroecologia. O foco aqui não se delimita à questão da quantidade de resíduos que expressa a necessidade de ser reduzida. Mas, principalmente no uso de elementos naturais, mais precisamente na composição de compostos orgânicos que serviriam de insumos na adubação dos cultivos no campo de estudo, de forma a promover uma mudança qualitativa. Nesse âmbito, pode-se considerar que na produção industrial, encontram-se, também, parâmetros relacionais aos produtos do campo.

O padrão de produção e consumo tem se caracterizado pelo uso intensivo dos recursos naturais e o aumento da quantidade de resíduos, sendo fundamental problematizar os desperdícios, os processos de produção e consumo com ênfase na redução do consumo. (MARIN; LEAL; GUIMARÃES, 2008, p. 703).

As palavras de Marin et al. (*op. cit.*), acenam para uma sensibilização em relação à natureza, à educação e a noção de conjunto, que nos direcione para os enfoques sobre a

coletividade e a função a ser exercida na sociedade, em relação aos resíduos, que para muitos significa gestão, como assinala Bauman:

Somos todos interdependentes neste nosso mundo que rapidamente se globaliza, e devido a essa interdependência nenhum de nós pode ser senhor do seu destino por si mesmo. Há tarefas que cada indivíduo enfrenta, mas com as quais não se pode lidar individualmente. O que quer que nos separe e nos leve a manter distância dos outros, a estabelecer limites e construir barricadas, torna a administração dessas tarefas ainda mais difícil. Todos precisamos ganhar controle sobre as condições sob as quais enfrentamos os desafios da vida – mas para a maioria de nós esse controle só pode ser obtido coletivamente. (BAUMAN, 2003, p. 133-134).

Portanto, traz-se para o trabalho uma avaliação dos diferentes pensamentos e teorias, sobre parcelas que tendam a equilibrar passado e futuro e as ideias que permitam distinguir viabilidades nos processos existenciais individuais e de grupos. Os quais visam interpretar os fatos em função da realidade e do porvir.

Recorrentemente, em outro contexto, dissociado do pensamento de Bauman (2003), as expectativas geradas vêm nos argumentos de Guattari (2001) evidenciando que no pós-modernismo presume-se um vácuo na subjetividade, em virtude de não haver nenhuma relação entre o crescimento de recursos técnico-científicos e o desenvolvimento dos progressos sociais e culturais. Cujos autores fazem uma crítica: “Ainda que diante de tal fenômeno seja artificial apostar numa volta atrás, numa recomposição de maneiras de ser de nossos antepassados, é exatamente o que tentam fazer à sua maneira as formações capitalistas mais ‘modernistas’”. (GUATTARI, *op. cit.*, p. 30).

Diante de tal argumento, suscita-se uma reflexão de que poderia estar ocorrendo uma capitalização do poder subjetivo, instigado pela publicidade através mídia. Este fato poderia estar em função da instituição de práticas, como a produção orgânica ou o locavorismo e afins, podendo transformá-las em meras formas de produtização e/ou politização para o consumo. Contudo, as formas subjetivas abordando novas políticas de distribuição e consumo da produção, podem estar ocorrendo em via contrária, suscitando uma dualidade.

(...) a filosofia comunitária coloca, por bem ou por mal, as comunidades de tradição e história que ela estimula em pé de igualdade com todos os outros “grupos e membros” (inclusive aqueles em competição direta ou oblíqua com grupos de referência “enraizados”). (BAUMAN, 1998, p. 234).

De acordo com Bauman (*op.cit.*), a manutenção desses grupos estaria fundada na manutenção da “fidelidade” dos mesmos com suas tradições. E a perpetuação de tais grupos, de acordo com a elasticidade e fidelidade que mantêm, depende da intensidade das mesmas. A constituição de sociedades, com advento da gestão comunitária, torna-se uma meta que também

pode ajudar a remediar a geração residual. Este fato verificado em nossos municípios e comunidades poderá aos poucos, progressivamente, ir constituindo-se em um ideal palpável. De forma que, pelo menos, possa se aproximar de reflexões sobre a condição de capacidade de suporte do planeta a se observar nos tratamentos dos dados metodológicos.

Explorado o campo das certezas, ambivalências e contradições que envolvem as questões relacionadas ao consumo, pressupõe-se que haja uma segmentação do assunto. Portanto, nos próximos capítulos, se propõe analisar e conceituar os diferentes tipos de consumo em referência ao foco da pesquisa.

3. AS DIFERENTES FACES DO CONSUMO E SUAS RELAÇÕES COM A SUBTRAÇÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS

O consumo na contemporaneidade revestiu-se de muitas vertentes, naturalmente por estar, concomitantemente, exposto aos fluxos e tensões nos campos psicossociais e ambientais, e, com a observância da presença de “*Kits* de subjetividades” (TAVARES, 2016), foi deslocando os percursos dessa tendência, desde os tempos modernos até os dias de hoje. No período, também se ressaltam os comportamentos advindos por parte dos agenciamentos de

enunciação (DELEUZE, 1992), emitidos por movimentos sociais, econômicos, culturais e ambientais, que se configuram na transmissão de mensagens múltiplas e motivadoras, que podem promover ações com intuito de alavancar o “consumo verde” (PORTILHO, 2004). As questões sobre o consumo serão apreciadas nos próximos capítulos visando fazer uma diferenciação entre as principais vertentes, que abrangem o consumo propriamente dito, discriminando-se, também, o consumismo e o consumerismo. Ressaltando-se, ainda, a convergência que possa existir entre o consumo e as questões que envolvem os resíduos sólidos, no âmbito do estudo e as possibilidades de redução dos mesmos. Assim, apontando para uma fase reducionista, permanente e integral, gerando menos resíduos, consumindo-se melhor e integralmente, com abertura para outras modalidades em relação aos 3Rs, ou ainda, em quantos desdobramentos, possíveis, possam existir para a questão da ressignificação dos resíduos sólidos.

3.1. O CONSUMO

O tema que envolve a pesquisa passou a ser observado com mais ênfase, a partir da identificação da necessidade de mudanças referentes aos padrões de produção, consumo e conseqüentemente da geração de resíduos. Em relação ao assunto, Trigueiro (2005) faz uma análise sobre a necessidade de avaliação dessa questão, situando-a em relação à contemporaneidade no panorama nacional.

Desta vez, entretanto, há um agravante: em nenhum outro momento da história a necessidade de mudança foi tão urgente. Somos todos contemporâneos de um empasse civilizatório, cultivado nas entranhas de um modelo de desenvolvimento que vem exaurindo, em velocidade assustadora e numa escala sem precedentes, os recursos naturais não renováveis do planeta, com impactos negativos sobre a qualidade de vida da população (TRIGUEIRO, 2005, p. 7).

O autor sinaliza, ainda, que os atuais meios de produção e consumo fazem parte do meio de sustentação de um modelo que visa à maximização dos lucros e que a natureza, segundo ele, é apenas, ou acima de tudo, fonte de matéria-prima e energia.

Nesse cenário, inicialmente, a questão do consumo, no contexto da pós-moderno, foi percebida por Featherstone (1995) da seguinte forma: há uma abordagem crítica elitista à cultura de massa, que em geral os autores contemporâneos olham com desprezo para a essa cultura degradada e não têm simpatia em relação à integridade dos prazeres das classes populares. Para ele foi endossado, na pós-modernidade, alguns questionamentos que foram

deixados de lado, tais como: “como discriminar os valores populares” e “como fazer julgamentos estéticos”. Mas, superando-se a questão do consumo, subjugando-o como um tema secundário, de acordo o autor, o consumo passou a ter uma relevância mais crucial e mais significativa, dentro das Ciências Sociais.

Esse problema do inter-relacionamento entre a natureza mutante das diversas formulações especializadas de culturas e dos diversos regimes de significação e práticas que urdem a trama da cultura vivida no cotidiano não é apenas importante para compreendermos as oscilações entre as avaliações positivas e negativas da cultura popular, de massa e de consumo; eu diria que ele é fundamental também para a compreensão do pós-modernismo. (FEATHERSTONE, 1995, p.11)

A partir desse entendimento, primeiramente, atenta-se para a transformação ocorrida no campo de bens e serviços, ou ainda, para os aspectos simbólicos do cotidiano, que não podem ser percebidas como tais, em função da expansão dos mercados. Essas outras demandas anteriormente não comerciais, passam a ter valor mercadológico como se elas fossem bens de consumo. Nesse ínterim, ocorrem as ressignificações por parte da sociedade e nas suas relações, fazendo que ocorram as “produtibilizações” (TAVARES, 2014), ou seja, bens que são modificados em novos produtos, oriundos de outras camadas transformando-as em diferentes simbologias para os consumidores. “As subjetividades independentes de sua morada, tendem a ser povoadas por afetos desta profusão cambiante do universo” (ROLNIK, 1997, p. 19).

Diante desse consenso, em relação ao consumo, pode-se tomar como definição, de acordo com Bauman (1998), a seguinte postulação:

O consumo é o principal mecanismo da “comodificação” dos consumidores - tarefa que foi tal como muitas outras tarefas socialmente empreendidas e administradas pelo Estado, desregulamentada, privatizada e “terceirizada” para os consumidores e deixada sob o cuidado, a administração e a responsabilidade dos indivíduos, homens e mulheres. A força propulsora do consumo é a busca individual do preço ótimo de venda, a promoção de uma divisão mais elevada nesta ou naquela tabela de campeonato (felizmente, há uma profusão de tabelas por aí para escolher). (BAUMAN, 2008, p. 83)

Ao fazer uma análise da sociedade de consumo, além da busca pelo preço ótimo de venda, o autor fundamenta concomitantemente a esse aspecto, a questão que enseja que a procura pelas compras se manifesta pelo desejo, no qual o consumo passa ser entendido mais do que como um direito ou um prazer, mas como um dever do cidadão, no qual depreende-se uma espécie de insaciabilidade do desejo (BAUMAN, 1999).

Já, no consenso sobre a sociedade de consumo, desenvolvido por Barbosa (2010), entende-se que o consumo é inerente a toda e qualquer sociedade, porém existe uma correlação do tema com uma sociedade reconhecida como sociedade de consumo, na qual há uma profusão

de diferenciações conceituais, que, basicamente, consistem na seguinte expectativa: consumir para fins de necessidades básicas ou supérfluas?

Nesse sentido uma questão se impõe de imediato: se todas as sociedades humanas consomem para se reproduzir física e socialmente, se todas manipulam artefatos e objetos da cultura material para fins simbólico de diferenciação, atribuição de *status*, pertencimento e gratificação individual, o que significa consumo, no rótulo da sociedade de consumo? Ele sinaliza para algum tipo de consumo particular ou para um tipo de sociedade específica, com arranjos constitucionais, princípios classificatórios e valores particulares? (BARBOSA, 2010, p. 7-8)

Respondendo à questão, Barbosa (*op.cit.*) elucida que as duas coisas ocorrem simultaneamente, dependendo do enfoque teórico de cada corrente de autores. Para uns a sociedade de consumo pode ser definida como um tipo específico de consumo, para outros poderia ser definida como consumo de massas e para massas, com alta taxa de consumo e descarte mercadorias *per capita*, envolvendo moda, mercado, com permanente sensação de insaciabilidade do consumidor como um de seus personagens sociais.

Dentre os diferentes consensos sobre consumo, apesar de ele ser uma necessidade intrínseca do ser humano, fica restrito ao entendimento da sociedade, a parcela que cabe a cada um, das opções que temos e como fazê-las. E, a informação é a âncora sobre quais modelos de consumo devemos optar e de quais influências devemos nos libertar.

O conhecimento efetivo do consumo, como um complexo sistema cultural da sociedade contemporânea, passa por entender as diferenças simbólicas que se inscrevem a partir da equalização dos pré-requisitos econômicos supostos na compra de qualquer bem. (ROCHA; BARROS, 2006, p. 37)

Reafirma-se que todos são consumidores, obviamente, e, segundo Bauman (2011):

Não pode ser de outro modo, porque, se pararmos de consumir morremos. A única dúvida é quantos dias vai durar o desfecho fatal. O consumo – cuja ação é definida pelos dicionários como sinônimo de “usar”, “comer”, “ingerir” (líquido ou comida) e, por extensão “gastar”, “dilapidar”, “exaurir” é uma necessidade (BAUMAN, p. 83, 2011).

Necessidade essa, intrínseca ao comportamento humano, cuja culminância do ato de consumir vai gerar, de alguma forma, uma sobrecarga para a natureza, dado a quantidade de resíduos produzidos, para os quais devem ser observados modelos de gestão, que possam contribuir para a sustentabilidade universal. Diante disso, Trigueiro (2005) constata que “A avassaladora farra consumista, potencializada com o avanço tecnológico dos meios de produção e universalizada pela mídia na era da globalização, está custando caro ao planeta (TRIGUEIRO, *op. cit.*, p. 21).

A esse respeito, a ONU, no início dos anos 80, iniciou um debate sobre as questões do meio ambiente, que resultou no documento conhecido como Nosso Futuro Comum ou Relatório Brundtland (1987). Apresentado em 1987, cuja proposta é a criação do conceito de desenvolvimento sustentável, que é “aquele que atende às necessidades do presente sem comprometer a possibilidade de as gerações futuras atenderem às suas necessidades”. Então, em função desse movimento foram criados 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), um apelo universal da Organização das Nações Unidas à ação para acabar com a pobreza, proteger o planeta e assegurar que todas as pessoas tenham paz e prosperidade. Dentre os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, o de número 12 menciona que se deve:

Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis”. As metas incluem reduzir pela metade o desperdício de alimentos per capita mundial; alcançar o manejo ambientalmente saudável dos produtos químicos e todos os resíduos; e reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso; entre outros. (ONU, 2019)

Dentre os parâmetros acima evidenciados, percebemos um futuro sob uma intensa suspeição, porém os prognósticos poderão ter efeitos mais acentuados, quando a questão é o consumo em relação à geração de resíduos. Em função disso, existem padrões a serem considerados no tema, que tangem aos resíduos sólidos, decorrentes da exacerbação dos atos de consumir.

3.1.1. Do consumo à geração de resíduos

Segundo Deleuze e Guattari (1995) o capitalismo contemporâneo foi um fator de interferência na lógica do consumo, com base em estratégias esquizofrênicas e rizomáticas, nas quais há evidências de que ocorre uma substituição do “ser” por formas de “ter, estar e parecer”. Esse capitalismo, ao mesmo tempo em que se percebe a liquefação da natureza e o agenciamento da imaterialidade do consumo, é pautado no estrategismo em formato de rizoma (PELBART, 2003), que se desdobra a partir da capitalização do não capitalizável, promovendo mudanças identitárias.

Arelados a essas questões subjetivas, percebe-se também, baseando-se em experiências e observações, que existem outros fatores de influência no aumento do consumo, conforme delinea Campos (2012):

(...) aumentos da renda nas faixas de menor renda resultam em aumentos de consumo, proporcionalmente, maiores do que nas faixas de maior renda. Existe uma quantidade mínima de produtos alimentícios necessários ao provimento de um adulto, que seria a

composição de uma cesta básica. É de se supor que famílias que vivem com renda até a linha de pobreza, quando têm os seus rendimentos aumentados, tendem a elevar seu consumo para obter no mínimo essa ração. As variações do nível de ocupação da população, da massa de rendimento e do rendimento médio real são, portanto, fatores relevantes para a compreensão da evolução do consumo e da consequente geração de resíduos sólidos. (CAMPOS, 2012, p. 172.)

Então, qual modelo de desenvolvimento poderá propiciar aumento de consumo das famílias em condição de pobreza e reduzir a geração per capita de resíduos sólidos? Outro fator a considerar é a densidade populacional das diferentes faixas analisadas.

De acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos - Lei no 12.305/2010 (BRASIL, 2010) - há uma hierarquia em relação às práticas que se referem aos resíduos que são primeiramente a não geração, seguida da redução, reutilização, reciclagem, tratamento dos resíduos sólidos e disposição final ambientalmente adequada dos rejeitos. Quanto à logística reversa e a responsabilidade compartilhada, indicadas na lei, são estratégicas na implantação de um modelo de produção e consumo sustentáveis. As responsabilidades do gerador, do comerciante, assim como do consumidor do produto, com um fluxo reverso dos resíduos, podem impactar positivamente este objetivo. Nesse contexto, ainda cabe ressaltar algumas das diferenciações em relação aos resíduos pertinentes ao assunto. Quanto à composição química são orgânicos, àqueles que têm origem animal ou vegetal e inorgânicos àqueles que produzidos sem origem biológica. Outras classificações giram entorno de fatores como: quanto ao tipo, quanto à periculosidade e quanto à origem, na qual estão incluídos os resíduos agrosilvopastoris que são gerados nas atividades agropecuárias e silviculturais, incluídos os relacionados a insumos utilizados nessas atividades (BRASIL, 2010). “Os resíduos da agroindústria de processamento de produtos de origem vegetal (frutas, oleaginosas, fibrosas, madeiras, etc.) e origem animal (laticínios, avicultura de corte, aquicultura, etc.) apresentam em suas composições diferentes constituintes dos resíduos” (ROSA, p.100, 2011), devido às características voltadas processos para os produtivos e instalações industriais. Outras particularidades dizem respeito à necessidade de acomodação e destinação destes resíduos, em relação ao volume e de composição mais complexa ou de difícil compactação. No caso da produção de orgânicos a partir da agrofloresta, essa tarefa se cumpre razoavelmente. Contudo, no contexto geral da geração de resíduos faz-se necessário um olhar para questões relativas ao pós-consumo e concomitantemente pensar para onde irão os resíduos. Porém, este é um caminho a ser construído.

Com base nessas prerrogativas, subentende-se, para fins do estudo, que a gestão de resíduos prescinde de estratégias pautadas no consumo, pela percepção de que suas regulações

podem ocorrer a partir da produção de “kits de subjetividades” (TAVARES; IRVING; VARGAS, 2014) no campo dos devires. Posto que esses possam modificar as identidades dos indivíduos, incorporando “novos modos de ser” pautados em “identidades *prêt-à-porter*” (SIBILIA, 2002), que correspondem aos produtos prontos para uso - ou seja, para consumo - cujas identidades são evidenciadas por comportamentos efêmeros, descartáveis e fluidos. Essas identificações, apontam para o consumo imediato, no contexto da disponibilidade das coisas que estariam prontas para serem consumidas. Mediante tais fatos, pistas apontam para o alargamento dos atos de consumir, representado na forma de consumismo. Haveria, portanto, uma diferenciação entre consumo e consumismo?

3.2. O CONSUMISMO

Em função da relação entre consumo e consumismo, ambos requerem uma comparação em relação a uma delimitação mais evidente, de cada uma delas. Dado o que foi explorado no capítulo anterior. O estudo se propõe a relativizar as questões que abordam à intensificação dos padrões em função do tema.

O consumismo compõe-se de significados mais abrangentes para o consumo, é, quando de fato, ele se intensifica. Bauman discorre sobre o assunto, colocando a discussão no cerne da sociedade pós-moderna:

O consumismo é um produto social, e não um veredicto inegociável da evolução *biológica*. Não basta consumir para continuar vivo se você quer viver e agir de acordo com as regras do consumismo. Ele é mais, muito mais do que mero consumo. Serve a muitos propósitos; é um fenômeno polivalente e multifuncional, uma espécie de chave mestra que abre todas as fechaduras, um dispositivo verdadeiramente universal. Acima de tudo, o consumismo tem significado de transformar seres humanos em consumidores e rebaixar todos os outros aspectos a um plano inferior, secundário, derivado. Ele também promove a reutilização da necessidade biológica como capital comercial. Às vezes, inclusive como capital político. (BAUMAN, 2011, p. 83)

O capital político que se desdobra a partir das necessidades biológicas, em conjunção com o capital comercial a que Bauman (*op.cit.*) se refere, surge do o momento em que a espécie humana entra em jogo nas estratégias políticas do Estado, cuja consequência desse poder encarregado de promover a vida é a instauração da norma. Assim, segundo Danner (2016), à luz das postulações de Michel Foucault⁶ sobre biopoder, pode se observar:

⁶ FOUCAULT, Michel. **Em Defesa da Sociedade**. Curso no Collège de France (1975-1976). São Paulo: Martins Fontes, 1999. p. 302.

Foi a norma que conseguiu estabelecer um elo entre o elemento disciplinar do corpo individual (disciplinas) e o elemento regulamentador de uma multiplicidade biológica (biopoder). A norma é tanto aquilo que se pode aplicar a um corpo que se deseja disciplinar como a uma população que se deseja regulamentar. A sociedade de normalização é uma sociedade onde se cruzam a norma disciplinar e a norma da regulamentação. Para Foucault, foi essa sociedade de normalização que conseguiu cobrir toda essa superfície que vai do orgânico ao biológico, do corpo à população, mediante a instauração dessas duas tecnologias, a disciplinar e a regulamentadora (DANNER, op.cit., p. 13).

Em função do consumismo, na condição, daquilo que o poder faz sobre a vida (biopolíticas), seria necessário avaliar a quem compete esse poder?

(...) na atualidade, os indivíduos são determinados pelo mercado de consumo, pela indústria da medicina, da alimentação, da cultura, da imagem, etc., ou seja, o modo com que as pessoas vivem, aquilo que comem, as roupas que usam, dentre outros, podem ser considerados como elementos de uma estrutura do Biopoder (DANTE, 2016, p. 345).

Assim, nessas estruturas de Biopoder, as questões ambientais ganham outra dimensão, transcendendo os limites de cada nação. Segundo Hardt e Negri (2001), esses fatos não podem ser pensados isoladamente, posto que se esteja vivendo em uma sociedade de controle, na qual a rede de atores sociais tem influência na denúncia de ações contrárias ao meio ambiente.

Nesse contexto, novas tendências econômicas, sociais, políticas e culturais emergem; os paradigmas mudam em toda amplitude do conhecimento e, a partir desse cenário, o homem contemporâneo começa a perceber os riscos dos modelos de desenvolvimento vigentes, bem como sua responsabilidade para o bem-estar global das gerações futuras, incluindo, entre as suas preocupações, a conservação do meio ambiente, sobretudo dos recursos naturais não-renováveis (TAVARES; IRVING, 2005, p. 80).

Destarte, o entendimento da utilização intensificada dos recursos é que: “o consumismo desenfreado é a maior ameaça à humanidade”, de acordo com o Worldwatch Institute (2014). Que traz também em suas ações, uma visão particularizada das questões de saúde, relativas à ingestão de alimentos, referente à obesidade, que podem restringir a qualidade de vida de muitas pessoas. Em relação ao fato, Trigueiro (2005) apontava já àquela época, que:

O lado perverso desse consumo excessivo é que ele se restringe a uma minoria concentrada principalmente nos países ricos. Apenas 1,7 bilhão dos atuais 6,3 bilhão de pessoas que habitam o planeta têm hoje condições de consumir além das necessidades básicas. Ainda assim, a demanda por matéria prima e energia cresce, precipitando o mundo na direção de um impasse civilizatório: ou a sociedade de consumo enfrenta o desafio da sustentabilidade ou teremos cada vez menos água doce e limpa, menos florestas, menos solos férteis, menos espaços para a monumental produção de lixo e outros efeitos colaterais desse modelo suicida de desenvolvimento (TRIGUEIRO op.cit., p. 22).

Nesse viés, questiona-se, para tanto, qual a função do ser humano na pós-modernidade? E como se podem promover os indivíduos? Segundo Dante (2016), esta promoção seria através das políticas públicas de promoção humana, em relação ao direito à educação, possibilitando o

resgate desses indivíduos como cidadãos e como sujeitos de direitos. Este papel seria de competência do Estado, cuja soberania fica ameaçada diante dos movimentos de globalização, marcados pelo consumo, isto é, o “Estado vai perdendo sua característica de garantidor, e ao se desregulamentar, o Estado enquanto garantidor soberano, perde-se o ser humano.” (DANTE, 2006). Então se percebe que todos estão atrelados às estruturas do Biopoder, impulsionados pelo consumo, na era da sociedade de controle.

Em função da relação entre consumo e consumismo, ambos os segmentos requerem uma comparação, em função de uma delimitação mais evidente de cada uma delas, em que pese também a decisão do consumidor. Assim, estudo se propõe a relativizar as questões que abordam à intensificação dos padrões de consumo em concordância com o tema.

3.2.1. A relação entre o consumo e o consumismo

Bauman (2008) faz uma distinção entre consumo e consumismo. O consumo para ele é uma atitude rotineira, e que, por vezes, pode nos recompensar por algumas realizações. Em comparação ao ciclo metabólico, por exemplo. Assim, o autor exprime a ideia que:

(...) o consumo é uma condição, e um aspecto permanente e irremovível sem limites temporais ou históricos; um elemento inseparável da sobrevivência biológica que nós humanos compartilhamos com todos os outros organismos vivos – e com toda a certeza é parte permanente e integral de todas as formas de vida conhecidas a partir de narrativas históricas e relatos etnográficos. (BAUMAN, 2008, p. 37)

Através desse conceito estabelecido, é possível entender o argumento de que o consumo possui raízes antigas comparáveis à existência humana. A trajetória impressa às formas de consumo pós-industrialização e aos seguintes movimentos de globalização, levou a convivência humana a uma ruptura que nos projetou para uma “revolução consumista” expressa por um momento entre o consumo e o consumismo.

Destarte, nesse ínterim, observa-se que outros meios passaram a exercer conhecimentos que possibilitaram a aprendizagem através de discursos cheios de significados, que emanam de representações, podendo incitar a formação de identidades sociais e culturais através da mídia, que veicula propagandas, novelas, filmes, jornais, revistas, publicidades e seus variados produtos.

Deste modo, podemos pensar que algumas instâncias, tais como os media, em especial a televisão, que outrora eram considerados como lugares voltados basicamente ao entretenimento e à diversão das pessoas, hoje são considerados como importantes ferramentas de conhecimento e aprendizagem (muitas vezes mais fortes do que a

própria escola), regulando, moldando e educando as nossas vidas, através dos seus discursos e representações, para o consumo (BECK; HENNING; VIEIRA, 2014, p. 91)

Para melhor entendimento dessas instâncias que se tornaram ferramentas do conhecimento e muito mais nessa esfera, de acordo com Tavares (2007) recorre-se ao conceito de *marketing*, que se constitui da relação com das necessidades humanas, tratando-se de um estado de privação do indivíduo, incluindo as necessidades físicas básicas, sociais e individuais de conhecimento e auto realização. Cujos pressupostos centrais se baseiam no seguinte elo: “Os conceitos centrais de *marketing* (necessidades, desejos, demandas, produtos, troca, transações e mercados) estão interligados numa relação causal direta. Esta relação tem como princípio a base da construção da própria fundamentação teórica do *marketing*” (TAVARES, 2007, p. 2).

A partir do estabelecimento da conceituação do *marketing*, que mobiliza o mercado, passa-se à compreensão do que provavelmente veio a impulsionar as relações de consumo. Pistas apontam para elucidar que “(...) quando ‘nossa capacidade de ‘querer’, ‘desejar’, ‘ansiar por’ e de particularmente experimentar tais emoções repetidas vezes, de fato passou a sustentar a economia’ do convívio humano.” (BAUMAN, 2008, p. 38-39)

Retomando-se o binômio consumo/consumismo, observando-se o conceito de “consumo” à luz dos pensamentos de Bauman (2008) pode-se expressar o recorte do autor sobre o “consumismo”:

Pode-se dizer que “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejo e anseios humanos e rotineiros, permanentes e, por assim dizer, “neutros quanto ao regime” transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto identificação individual e de grupos, assim como na seleção e execução de políticas de vidas individuais. (BAUMAN, p. 41, 2008)

Assim, reafirmando-se a anterioridade, pode-se entender que (...) “o consumismo é um atributo da sociedade” (BAUMAN, 2008, p. 41). Porém, na lógica instituída pelo consumo - com indução ao consumismo, pelos efeitos atribuídos a eco propaganda, nota-se uma alteração comportamental por parte dos novos consumidores:

O movimento em torno das questões ambientais iniciou um complexo e, até mesmo, turbulento despertar dos diversos atores sociais - para necessidade de mudanças que os remodelem às novas demandas da dinâmica de sustentabilidade. As questões ligadas à natureza, antes reduzidas a um mero empecilho para o crescimento econômico, passam a fazer parte da rotina mercadológica. O consumidor contemporâneo, mais bem informado e crítico, passa a cobrar das corporações uma postura ambiental mais séria e com prometida. (FERREIRA; TAVARES, 2017, p. 103)

Evoluindo-se a partir das demandas predatórias oriundas do consumo e consumismo, movimentos de incentivo aos produtos naturais, por intermédio de propostas ecologicamente corretas, foram despertando para um novo paralelismo ao tema, que se constitui na mais recente tendência, o consumerismo, que será observado mais adiante. Antes, porém abre-se uma lacuna para que haja uma associação relativa ao excesso de consumo em função dos temas desenvolvidos na pesquisa.

3.2.2. O consumismo como fator de interferência na produção de resíduos sólidos

A sociedade moderna é marcada pela fluidez e pelo consumismo exacerbado (BAUMAN, 1999), no íterim da modernidade líquida. Para Bauman (2008) o consumo assume o papel chave na sociedade de consumidores, sendo este um tipo de arranjo social resultante de reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros. Destarte, dentro da lógica do consumo, tudo vira produto e objeto de desejo, influenciados por processos psicossociais de subjetivação. Deve-se destacar ainda, que os sucessivos aumentos demográficos em conjunto com o aumento das estratégias de consumo institucionalizaram a crise ambiental (PORTILHO, 2005a), onde a geração dos resíduos sólidos associada aos fatores econômicos e comportamentais instituídos pelo “consumo” sofrem também influências do aumento populacional. Reafirma-se, por projeção, que a população mundial poderá exceder os 11 bilhões em 2100 (ONU, 2015). Igualmente, Eigenheer, Ferreira e Adler (2005) consideram que este produto final - o lixo, fruto do incremento do consumo, representa uma ameaça. Neste contexto, Castañeda (2010), passa a perceber no fenômeno do consumo politizado, onde certas qualidades são atribuídas a alguns produtos, que têm como finalidade ampliar a proposta pela opção por um consumo sustentável, exemplificado pelo padrão “verde”, ou por produtos com a mesma similaridade.

Nesse cenário, se por um lado o consumo pode trazer malefícios, por outro, pode fazer com que, através do desejo de consumir, objetos anteriormente considerados “resíduos”, possam ser ressignificados e se transformarem em outros novos, no mercado que os produz. Como exemplificação desse processo, podem-se citar artesanatos elaborados a partir do descarte, continuamente denominados "do lixo ao luxo", que por vezes, são trabalhados dentro da perspectiva da educação ambiental, do empreendedorismo e das economias solidária e circular.

Para Eigenheer, Ferreira e Adler (2005) não se deve permitir a propaganda enganosa ou a ideia do aproveitamento total de resíduos, devendo-se considerar se é oportuno transformá-

los, visto que nem tudo que é aproveitável é durável, de forma que não se volte para o modelo circular, que reinsere os materiais no roteiro precursor, passando novamente pelas fases de consumo, reaproveitamento e descarte. A partir daí, surge o questionamento, se esse processo seria “mito” ou “realidade”? (EIGENHEER; FERREIRA; ADLER, 2005). Já que se admite que, mesmo os materiais recicláveis, em algum tempo, terão como destino os Aterros Sanitários. Há uma tendência de que os mitos criados em torno das resoluções possíveis para este tema, por vezes, passem a se distanciar das melhores soluções em relação ao tratamento dos resíduos. Para isso, atenta-se para a estratégia de observar o percurso dos materiais após o descarte e avaliar as ressignificações dos objetos em função do seu tempo útil de vida, e com que rapidez esse lixo retornaria aos Aterros Sanitários (EIGENHEER; FERREIRA; ADLER, 2005). Dentro dessa perspectiva, faz-se uma reflexão sobre as novas significações dos resíduos na lógica do consumo. Passa-se a observar o percurso dos resíduos após o descarte, desvelando-se as ressignificações dos objetos em função do seu tempo útil de vida e com que rapidez esses materiais poderiam retornar aos Aterros Sanitários. E, secundariamente, vislumbra-se a verificação do impacto dos objetos ressignificados na diminuição do descarte de materiais, como também, observa-se a ocorrência da produtivização de diferentes materiais também descartados. Aferindo o crescimento de movimentos contra fluxo de descarte inconsciente de materiais.

Neste ínterim, faz-se um recorte sobre resíduos provenientes da atividade agrícola, gerados pelos restos de culturas (palhas, cascas, estrume, animais mortos, bagaços), como também:

“pelas criações (resíduos orgânicos de granjas e confinamentos) ou da atividade agroindustrial gerado pelos abatedouros, usinas de álcool e açúcar, curtumes, ração animal, laticínios, óleos vegetais e usinas de compostagem, que em alguns casos subsidiam a aquisição do composto por pequenos produtores para a sua reutilização como fonte de nutrientes. (ROSSOL, et al., p. 35, 2012)

Ainda incluem-se nesse recorte, as parcerias promissoras no contexto da agricultura familiar que podem se conjugar com os Sistemas Agroflorestais (SAFs), dos quais os resíduos de maior diâmetro, de difícil compactação e com diferentes estágios de decomposição (ALVES, 2007) em aterros, são aproveitados em arruamentos, coberturas mortas, moirões, dentre outras finalidades.

Os Sistemas Agroflorestais (SAFs) têm sido amplamente divulgados como modelos de exploração agropecuária que muito contribuem para a sustentabilidade da exploração agrícola atual. Para que modelos agrícolas possam ser assim classificados esses devem seguir a definição dos SAFs, no qual é necessário o uso de plantas

arbóreas, arbustivas e herbáceas, consorciadas com espécies agrícolas e forrageiras com ou sem a presença animal, mas obrigatoriamente associadas às espécies florestais. Tais modelos se tornam alternativas interessantes para pequenos agricultores que buscam obter uma exploração economicamente viável intensiva. (ABDO; VALERI; MARTINS, p.50, 2008).

Dessa maneira abrem-se novas perspectivas para o cultivo orgânico/agroecológico a partir da apreciação de princípios ambientais e de técnicas mais modernas em busca da sustentabilidade.

A partir desse consenso, projetam-se para o estudo as adequações impressas aos resíduos agrosilvopastoris, no contexto da produção de orgânicos e distribuição nas feiras locais, observando-se a própria produção de resíduos pertinentes à atividade, seus desdobramentos e as novas tendências decorrentes das relações de consumo, que serão observadas adiante. Dentro do contexto de circularidade, os resíduos agrosilvopastoris teriam alguma diferenciação em relação aos demais resíduos?

3.2.2.1. Resíduos sob a ótica do consumismo

A contemporaneidade é marcada segundo Bauman (2001) pela fluidez, pelo consumo e pela descartabilidade. Para o autor, vivemos em um mundo de maior acesso à comunicação e à mobilidade, que também pode funcionar como ferramenta de poder e dominação. Para Bauman (2001) a modernidade começa quando há a desconexão entre tempo e espaço, que anteriormente, ambos se apresentavam entrelaçados na prática da vida das pessoas. Assim, na modernidade líquida a ideia de tempo e espaço se dá através da velocidade, da aceleração e da subjetividade, sendo caracterizada pela existência de uma sociedade de consumidores, onde até mesmo os próprios indivíduos, frequentemente, podem ser transformados em mercadoria (BAUMAN, 2008).

O autor (*op.cit.*) afirma que houve uma verdadeira revolução consumista na evolução do consumo para o consumismo, diferenciando os dois termos. Para autor, a partir desse momento, o consumo passou a ser essencial na vida das pessoas, onde este processo passou a dar sustentação à economia. “A maneira como a sociedade atual molda seus membros é ditada primeiro e acima de tudo pelo dever de desempenhar o papel de consumidor.” (TAVARES; IRVING, 2005)

Neste sentido, para Bauman (2001) a modernidade líquida é marcada pelo consumo, onde tanto o material e o imaterial se tornam um produto, configurando a produtização, com

finalidade de ser consumido no mercado, destacando-se o consumo da própria natureza e das relações sociais, as quais são influenciadas pelo modelo do capitalismo atual.

“É neste jogo entre desejos e estruturas que as mercadorias e o consumo servem também para ordenar politicamente cada sociedade. O consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados” (CANCLINI, 1999, p. 83). Nessa perspectiva, na pós-modernidade, marcada pelo capitalismo imaterial, flexível e fluido, as relações entre sociedade e natureza passam a ser ressignificadas, onde a natureza se transforma em capital, através da estratégia da mobilidade das redes (TAVARES, 2014). Nesse ínterim, “o consumo é um processo em que os desejos se transformam em demandas e em atos socialmente regulados” (CANCLINI, 1999, p. 83). Ocorrendo o mesmo, quanto ao processo de ecoeficiência das empresas, produção de imagens e de produtos das mesmas (TAVARES; IRVING, 2009). Para os autores supracitados (*op. cit.*, 2009), as ideias e produtos com apelos ecológicos vêm ganhando prestígio no mercado, e sendo “politizados” como valores de mercado por diferentes atores sociais, surgindo a partir deste cenário uma nova forma de consumo, que transforma, dentre outros, a natureza em um produto a ser explorado e consumido.

O conceito de prodututilização segundo Tavares e Irving (2009) se relaciona ao fato da natureza adquirir condição de produto, onde teriam um valor de mercado. No caso dos resíduos, o movimento é diferente, já que, por vezes, vão à contramão do descarte com base nos preceitos dos 3Rs - reduzir, reutilizar, reciclar, entre outros. O questionamento psicossocial perpassa pelas questões das ressignificações dos objetos, desvelando as questões de prodututilização dos resíduos e com possibilidade de verificar a existência politização do consumo, face ao descarte de materiais. “Tentar resgatar e conservar o que se esvai com o tempo e ressignificar ou recriar o que não se deseja mais e nos ameaça, são aspectos a serem considerados (...)” (EIGENHEER; FERREIRA; ADLER, 2005).

Nesse cenário, se por um lado, o consumo pode contribuir para aumento de resíduos no meio ambiente, por outro, pode influenciar novas formas de consumo, incrementando a prodututilização de materiais anteriormente descartados, através da ressignificação desses resíduos.

Contudo, Fontenelle (2006) atenta para o fato de que as sociedades de consumo na contemporaneidade estariam gerando uma nova “cultura de massas”, e, a partir do poder de persuasão presente nos apelos de *marketing*, começou a gerar uma infiltração da esfera comercial na esfera pública, por uma comunicação ditada pelo mercado. De tal forma que, “(...) os meios de comunicação de massa passassem a ser os mediadores sociais por excelência e

estabelecessem ‘uma nova diagramação de espaços e intercâmbios urbanos’ em tais sociedades.” (Canclini, 1999, p. 49). Apontando, portanto, uma perda da autonomia do espaço público, promovendo uma pulverização do indivíduo transformando-o em um consumidor de entretenimento (FONTENELLE, *op. cit.*). De acordo com esse entendimento, estariam também os resíduos sólidos ou agrosilvopastoris, mais especificamente, inseridos nessa forma politizada de consumo? Nos quais, os apelos pela reciclagem estariam aliados ao rótulo de sustentabilidade? Sem, entretanto, se analisar e refletir sobre os processos de ressignificação dos materiais descartados, transformando-os meramente em novas fontes de desejo, através de modismos e ativismos em torno de um consumo supostamente sustentável?

3.2.2.2. Resíduos e suas novas significações

Para Engenher at al. (2003) o mundo ocidental tomou uma posição de afastamento daquilo que considerava lixo - resíduos, posto que o associasse à morte, a riscos, pois havia uma distinção entre o que se degradava, e, portanto, do que se regenerava como adubo (húmus), e os outros tipos de resíduos considerados impuros e repugnantes. Esta última parcela, que representava uma ameaça foi sempre renegada e então começou a surgir à busca pelo “sempre novo” desencadeando novas formas de consumo.

Mas, por outro lado, se o tratar franco da questão da morte pode nos auxiliar na busca de alternativas – sejam elas religiosas, filosóficas ou científicas – para seu entendimento e enfrentamento, o lixo tratado explicitamente pode se tornar uma dimensão pedagógica vital à compreensão de entraves técnicos e existenciais na moderna sociedade de consumo. (EIGENHEER, 2003, p. 17).

Assim, novas formas de ressignificação para os resíduos foram sendo almeçadas, devido à necessidade de enfrentamento da questão da morte e da reversão do quadro, daquilo que ela representava. Por outro lado, as lutas por esquecer esses aspectos, foram de encontro à fugacidade da vida, que nos remete aos problemas advindos do acúmulo de coisas, que faz com que se repense sobre a destinação até mesmo daqueles objetos que já foram ressignificados. Os pontos chaves das ações de retorno e recuperação de resíduos, por si só geram novos processos de inclusão, emprego e renda, nos quais a educação nesse sentido, exerce a função de alavancar uma economia inclusiva (WEETMAN, 2019).

Nesse contexto, marcado pela necessidade de se medir as consequências da questão do aumento dos resíduos e a necessidade de sua diminuição, com o acréscimo da emergência de apelos ecológicos, da crescente discussão sobre sustentabilidade e o crescimento do consumo,

como clivagem da atual sociedade, transformaram-se em novas formas de refletir sobre o que fazer com o material anteriormente descartado, começando a serem repensadas. Assim, os resíduos tornam-se ressignificados para o consumo, podendo oferecer outros parâmetros de renda para este produtor e/ou artesão a partir de um novo objeto a ser consumido. O desejo passa a ser influenciado também por processos de subjetivação na sociedade de consumo, ou seja, o objeto anteriormente descartado passa a ser objeto de desejo, através da sua ressignificação. Destarte, em relação aos resíduos agrosilvopastoris não é diferente, uma vez que podem ser subutilizados sob a forma de insumos, para serem ressignificados nas lavouras agrícolas sob a característica de produção orgânica, agregando valores para esses produtos. Por outro olhar, procedimentos que visem à gestão integrada dos resíduos sólidos (BRASIL, 2010) podem trazer algum favorecimento para os pequenos agricultores, com base na composição dos resíduos domiciliares, em cujo são encontrados os restos orgânicos oriundos do uso gastronômico de produtos de origem biológica comercializados, em parte, a partir dos cultivos orgânico e agroecológicos, ainda que em pequena escala.

No que tange a origem, volume e caracterização dos resíduos, o lixo domiciliar ocupa 49,42% do lixo produzido na cidade do Rio de Janeiro, sendo 52,68% destes resíduos de cunho orgânico, ao passo em que 40,99% foram considerados potencialmente recicláveis, segundo dados da COMLURB (2014).(JARDIM; SILVA, p.15, 2020)

Dessa forma, é visível que os resíduos gerados através da comercialização nas feiras, podem não retornar às lavouras.

A partir do aumento demográfico e da produção residual, no panorama do consumo. Portanto, em relação as análises do estudo, poderiam os resíduos manter uma correlação com a cultura e a geração de riqueza?

3.2.2.3. Resíduos, demografia, cultura e riquezas

A questão do consumo está aliada ao crescimento demográfico, alerta Portilho (2005a) bem como aos novos padrões de riqueza. O que, antes de tudo, está relacionado às culturas em diferentes partes do mundo. Assim, Godecke, Naime e Figueiredo (2013) observam que: traçando-se um comparativo entre a cultura americana e japonesa pode-se aferir que os americanos geram em torno de dois quilogramas de resíduos sólidos urbanos (RSU) por habitante ao dia, já os japoneses, que possuem também um elevado poder aquisitivo, têm uma geração bem menor de resíduos/dia, um pouco acima de a um quilograma - segundo embasamento nos dados da ABRELPE - Associação Brasileira de Empresas de Limpeza

Pública e Resíduos Especiais (2009). Já no Brasil, os níveis ficam próximos aos índices japoneses, embora tivéssemos àquela época uma renda *per capita* significativamente menor.

Conforme já relatado nesse estudo, o índice de produção de resíduos vem aumentando continuamente, de acordo com dados da ABRELPE (2015) superando a taxa de crescimento populacional no país, no período. À despeito disso, considera-se que a evolução desse quadro tem por marco a Revolução Industrial, que se caracterizou por um modelo voltado para a produção. Por conseguinte, influenciando decisivamente sobre a quantidade de elementos a serem consumidos. Portanto, “A revolução industrial trouxe consigo o fortalecimento da acumulação de riqueza como um valor fundamental, apoiado na ética protestante, que propiciou a aceitação do modelo.” (GODECKE; NAIME; FIGUEIREDO, 2013, p. 1701)

A partir desses processos emerge a sociedade líquida Bauman (1999), que se manifesta pelo desejo. Fato que impulsiona os cidadãos para um consumo exacerbado, promovendo ao mesmo tempo um aumento da geração de resíduos sólidos. Nesse contexto verifica-se a preponderância do *marketing* sobre os produtos influenciando na qualidade de escolhas. Segundo Rocha e Barros (2006), quando se pode pagar um preço para adquirir bens e serviços, as pessoas tornam-se reféns da ordem cultural, de sistemas simbólicos e de necessidades classificatórias, que afetam a nossa liberdade de escolha. Depreende-se desses fatores opcionais, que uma reflexão em torno das ressignificações, que podem alcançar determinados objetos, ou mesmo restos de cultura e de pequenos animais. Esses quando descartados, podem fazer toda a diferença em função da sua vida útil, e prorrogar a ida de alguns resíduos para os Aterros Sanitários. Em refinar-se a percepção para os fatores emocionais e subjetivos, presentes ao ato de consumir, os simbolismos presentes nas diferentes representações que se manifestam, estão preponderantemente colocados na dinâmica do consumo. E nessa intenção, o acúmulo de riquezas e a lógica do capital ficam relegados a outro plano.

Para Godecke, Naime e Figueiredo (2013) o surgimento do “consumo verde”, quando o consumidor passa considerar a questão ambiental, nos atos de consumo (consequência do ambientalização do setor empresarial e, por conseguinte da adequação dos estilos de vida ao ambientalismo público), elevam a reflexão para as formas de matrizes energéticas e tecnológicas do sistema de produção, que deram ênfase aos modos de produção ressignificados. O fato vem impulsionando os empreendimentos para o uso de tecnologias mais limpas, a redução das perdas e o aumento do reaproveitamento e da reciclagem, com vistas à obsolescência programada, incrementando as estratégias de consumo sustentável.

Nesse contexto, nem sempre há valores que ressignificam os efeitos de satisfação produzidos pelo o consumo, de forma que:

Pode facilmente ocorrer, e frequentemente ocorre, de as perdas excederem os ganhos e de a capacidade da renda ampliada para gerar felicidade ser superada pela infelicidade causada pela redução do acesso aos bens que “o dinheiro não pode comprar”. (BAUMAN, 2009, p. 12)

Esta questão é altamente subjetiva e influi tanto nos processos de aquisição de bens como na geração de resíduos. Os indivíduos, no caso da produção orgânica, a partir da utilização dos resíduos agrosilvopastoris, querem pertencer, em geral, a um grupo de consumidores classificados como “verdes”, no qual se sentem identificados. Contudo, segundo Bauman (2009), a aquisição de bens passa longe de ter um desfecho relativo à satisfação e felicidade. Isto é devido ao sentido de incompletude, devido uma recorrente busca por este estado de espírito. Não há superação nesse sentido, em relação a qualidade e a quantidade. Portanto: “(...) nenhum aumento na quantidade de um bem pode compensar plena e totalmente a falta de outro de qualidade e de proveniências diferentes.” (BAUMAN, 2009, p. 15). Para Bauman (2009) há um vínculo entre a felicidade, volume e a qualidade do consumo, donde se depreende que qualquer aumento em relação ao objeto de estudo – resíduo, desvela uma recorrente preocupação na gestão dos mesmos.

Godeck (2005), à luz de Sanson (2005)⁷, com base nas teorias do consumidor, mostra que o despertar para as questões éticas resultantes do entendimento dos impactos ambientais provocados pelos padrões de consumo podem encontrar espaço na mente humana. “O fato, portanto, pode promover uma regulação na vida social, ocasionada pelo consumo.” (GODECKE; NAIME; FIGUEIREDO, 2013, p. 1703).

Com a percepção de que a partir do consumo houve uma evolução para o consumismo, poder-se-ia vislumbrar uma nova perspectiva para amenizar os impactos ambientais decorrentes das práticas reducionistas?

3.3. O CONSUMERISMO

Então, no cenário desencadeado, a partir das prerrogativas consumistas, surge uma nova ordem que resulta em um movimento organizado, que tende a expandir os poderes e os direitos dos consumidores, o qual foi chamado de Consumerismo (COSTA, 2010).

⁷SANSON, João Rogério. Ethics, Politics, and Nonsatiation in Consumption: A Synthesis. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 33., 2005, Natal, RN. *Anais* [...]. Natal: ANPEC, 2005.

Segundo Portilho, “o termo consumerismo é um anglicismo da palavra *consumerism*, que surgiu na ‘esteira dos movimentos de construção dos ‘novos direitos’”. (PORTILHO, 2009, p. 205)

Nesse ínterim, a sociedade, a qualidade de vida e os bens devem ser priorizados nas relações comerciais, portanto, “o consumerismo retrata ações sociais voltadas para defender os interesses dos consumidores” (...) “Ao encarar os danos como prejuízo social, o consumidor percebe que as relações de consumo não se esgotam na contrapartida financeira, já que valores morais também são atingidos”. (GIACOMINI FILHO, 2008, p. 19-24)

A observância do consumerismo, como fator intrínseco ao campo em estudo, vem em decorrência das características voltadas para o consumidor “verde”, delimitadas através da rede agroecológica, conjuntamente com a feira de orgânicos por lá estabelecidas. Como se comportam os consumidores diante de uma ação mercadológica feita por uma organização que se propõe a destinar um produto ou um serviço? Quais seriam as estratégias do uso político do consumo? São esses questionamentos que a pesquisa se propõe investigar.

Sobre esse assunto, Portilho (2004) delibera que os impactos ambientais do consumo foram definidos a partir do conceito de “consumo verde” para que posteriormente fosse denominado “consumo sustentável”. Segundo a autora, o surgimento da ideia de um consumo verde e, portanto, de um consumidor verde, só foi possível, basicamente, a partir da conjunção de três fatores, inter-relacionados: o advento do ambientalismo público (a partir da década de 70); a ambientalização do setor empresarial (a partir da década de 80) e a emergência da preocupação com o impacto ambiental de estilos de vida e consumo das sociedades afluentes (a partir da década de 90). “A partir da combinação destes três fatores, especialistas, autoridades, políticos e organizações ambientalistas começaram a considerar o papel e a corresponsabilidade dos indivíduos comuns, em suas tarefas cotidianas, para a crise ambiental” (PORTILHO, 2004, p. 4).

Essas mudanças em direção a uma sociedade sustentável começaram a refletir sobre as opções e escolhas dos consumidores que, de certa forma viriam trazer algum benefício para o meio ambiente.

Depreende-se que consumerismo, sob a ótica do Direito do Consumidor, parte da seguinte premissa:

Os fatores que encaminharam a evolução do direito para o tratamento autônomo dos eventos de consumo inserem-se num movimento social organizado, que expressou a reação dos adquirentes de produtos e serviços aos abusos cometidos pelo capital. Esse movimento recebe o nome de consumerismo e surgiu em terras norte-americanas, espalhando-se rapidamente por outras sociedades (FERREIRA et al, p. 204, 2011).

“O conceito de consumerismo foi, por muito tempo, concebido na perspectiva de poder e soberania do consumidor, considerando-se essencialmente a força de agir em conjunto”. (FERREIRA; TAVARES, 2017, p. 97).

A mesma concepção de poder, por parte dos consumidores, está pautada nos movimentos de organização da sociedade. “O consumerismo é um fenômeno observado desde meados do século XIX e pode ser definido, abreviadamente, como a forma de associação e ação em movimentos ou organizações de defesa dos consumidores” (SANTOS, 2010, p. 1). Desta maneira, entendemos ser o consumerismo uma reação às tendências impostas pelo mercado relativas à natureza, consumida como produto.

“Não obstante, todos os vetores que atuam na tentativa de produtização da natureza”, há diversos atores do mercado que procuram refletir uma maneira realmente crítica a questão da natureza sob a ótica do consumo, o que dá ensejo à formação de movimentos de resistência à lógica do lucro instalada, denominados consumerismo, (...) (FERREIRA; TAVARES, 2017, p. 96-97).

Segundo análise elaborada pelos autores Ferreira e Tavares (2017), em relação à segmentação do mercado por comportamento do consumidor “verde”, os fizeram concluir, a partir daí, que:

(...) em sua maioria os consumidores estão mais engajados com as questões ambientais. O cidadão brasileiro torna-se mais amadurecido e seletivo, passando a exigir preço e qualidade em um único produto ou serviço, o que pode ensejar o movimento do consumerismo (...) (FERREIRA; TAVARES, 2017, p. 91).

Nesse ínterim, ainda questionam: se em relação a bens e serviços, deveria haver uma equiparação de atributos entre os produtos “verdes” e os “não verdes”, para que estes sejam considerados pela maioria dos consumidores. Essa especulação permeia as hipóteses que nos conduziram a presente pesquisa, que também acenam para outros fatores.

A respeito do engajamento político na ecologia ambiental, atualmente, para Guattari (2001) se desvela como a ocorrência de uma assunção, de que deve haver um descentramento das lutas sociais e formas de acolhimento da psique. Assim:

Os movimentos ecológicos atuais têm certamente muitos méritos, mas, penso que na verdade, a questão ecosófica global é importante demais para ser deixada a algumas de suas correntes arcaizantes e folclorizantes, que às vezes optam deliberadamente por recusar todo e qualquer engajamento político em grande escala. A conotação da ecologia deveria deixar de ser vinculada à imagem de uma pequena minoria de

amantes da natureza ou de especialistas diplomados. Ela põe em causa o conjunto da subjetividade e das formações de poder capitalísticos – os quais não estão de modo algum seguros que continuarão a vencê-la, como foi o caso da última década. (GUATTARI, 2001, p. 36)

O engajamento político em relação ao consumerismo advém das diversas possibilidades de manifestações e disposições que englobam políticas de produção, que preconizam as relações comerciais mais justas e equilibradas para os setores de produtores e de consumidores.

Ademais, o fenômeno em questão pode ir muito além de uma perspectiva de um engajamento restrito à esfera política, pois a mudança de práticas e hábitos de consumo implica também na mudança de estilos e modos de vida. Em virtude disso, este fenômeno está atrelado a uma miríade de motivações, as quais incluem questões ligadas a crenças e religiosidade, questões éticas e morais, ideologias e cosmovisões. É nesse sentido que a emergência do fenômeno do consumerismo na atualidade expressa, em suas diferentes iniciativas, motivações diversas daquelas relacionadas aos protestos e boicotes utilizados principalmente por trabalhadores na Europa e América do norte no século XIX. (DA LUZ COLOMÉ; MAYER, 2013, p. 2-3).

E ainda assim, na lógica do consumo, na modernidade líquida, a veracidade das informações carreadas de produtores a consumidores, deve passar por um crivo de reflexão a respeito das práticas adotadas em relação aos produtos “verdes”. “O consumidor pode ser atraído a partir da proposta de um questionamento sobre a lógica do consumo até então instalada” (FERREIRA; TAVARES, 2017, p. 178).

Dentre as facetas do consumo, começaram a emergir modalidades mais recentes, que se referem aos desdobramentos que podem ocorrer depois do consumo. O que se pode esperar desse novo modelo denominado pós-consumo?

3.4. O PÓS-CONSUMO

Segundo Kapaz (2013), o termo pós-consumo foi introduzido, na legislação ambiental brasileira pelo Decreto Estadual 54.645/2009, que regulamenta a Política Estadual de Resíduos Sólidos (Lei n. 12.300, de 2006), no estado de São Paulo (JACOBI, 2006), um dos pioneiros na questão dos resíduos sólidos. Assim, as responsabilidades cogitadas neste setor preveem:

A “responsabilidade pós-consumo” (RPC) refere-se à responsabilidade dos fabricantes, distribuidores ou importadores de uma série de produtos pela gestão dos resíduos gerados por estes após seu consumo (tais como embalagens, produtos usados, vencidos ou quebrados) (KAPAZ, 2013, p. 4).

O estudo amplia a questão da responsabilidade e flexibiliza o termo pós-consumo, instituído em lei, para uma classificação mais abrangente. De acordo com Kapaz (2013), o contexto de “logística reversa” é caracterizado como um conjunto de ações e procedimentos

que viabilizam a coleta, armazenagem e retorno dos materiais aos ciclos produtivos. Esse conceito foi definido na Lei Federal 12.305/2010, determinando (conforme expresso em lei) que “a responsabilidade pós-consumo pretende ir além da logística reversa” (KAPAZ, 2013, p. 5). Donde se deduz a sua aplicabilidade aos resíduos, na qualidade de produtos. Nesse ínterim, vale lembrar que as feiras demandam uma quantidade razoável de resíduos de origem orgânica, os quais já são repensados sob a lógica da responsabilidade social perante suas comunidades, que podem buscar a institucionalização de um modelo que possa privilegiar o retorno dos resíduos comercializados.

Na gestão dos resíduos, pode-se concentrar esforços no sentido de priorizar as ações de gestão na sua fonte geradora. Pode-se considerar que o procedimento ocorra localmente, viabilizando os materiais para produção de compostos orgânicos beneficiando as lavouras integrantes da agrofloresta circundante, segundo Alves, 2007. Sob a égide de que a natureza, por vezes, pode ser produtivizada, para os subprodutos oriundos da agrofloresta, supõe-se, ainda, que poderiam agregar algum tipo de valor dentro do contexto do pós-consumo.

As tendências demandadas pelo consumo requerem uma apreciação do tema sustentabilidade, que na pós-modernidade se encaminham, por vezes, para uma insustentabilidade, ou seja, para uma sustentabilidade líquida.

4. A SUSTENTABILIDADE NA ERA DO CONSUMO E DA LIQUIDEZ

Segundo Irving (2014) a sustentabilidade está colocada num campo complexo e plural associado a um debate teórico controverso e pulsante.

Assim, sustentabilidade constitui um termo polissêmico que transcende o mero debate de inspiração ambiental ou a noção de enfrentamento de riscos em uma sociedade em crise. Implica uma reflexão crítica sobre o modo de funcionamento da sociedade contemporânea e pressupõe também um posicionamento político e ideológico. (IRVING, 2014, p. 16)

Elencando-se alguns pensamentos contemporâneos, Irving (2014) sublima a ideia da indissociabilidade entre sociedade e ambiente, tendo como pano de fundo as crises civilizatórias e os efeitos globalizantes sobre elas. Neste contexto, é levado em consideração o crescimento demográfico, já comentado anteriormente, bem como a preocupação com os mecanismos para o desenvolvimento, crescimento econômico e padrões de consumo.

Sendo assim, pelas razões expostas, o debate sobre sustentabilidade transcende o viés estritamente ambiental para alcançar uma dimensão mais ampla, de cidadania em uma perspectiva democrática. Mas qual a origem desse debate e quais as nuances e contradições que implica? (IRVING, 2014, p. 17-18)

De certa forma, as palavras de Loureiro (2003) complementam o questionamento da autora, que, anteriormente, já pressupunha desequilíbrios estruturais, decorrentes da junção entre as três questões: economia; sociedade e ambiente. Que em função da sustentabilidade, passaram a gerar outros matizes e divergências:

O conceito de sustentabilidade, atualmente, evidencia a condição de integração entre os parâmetros ecológicos, sociais e a prática econômica neoliberal de aceleração do desenvolvimento contemporâneo. A interface entre economia, ambiente e sociedade

rumo ao denominado “desenvolvimento sustentável” pressupõe certo desequilíbrio estrutural. (LOUREIRO, 2003).

Assim, surgem novos debates na esfera daquilo que se considerava como sustentável, inclusive sob o signo da sustentabilidade líquida, discutida por Tavares e Irving (2013). Ainda, contraditoriamente, a ideia de sustentabilidade nasce da constatação preocupante da insustentabilidade reinante no novo mundo globalizado. Em função disso, destaca-se que: “O consumo total da economia humana tem excedido a capacidade de reprodução natural e assimilação de rejeitos da ecosfera, enquanto fazemos uso das riquezas produzidas de uma forma socialmente desigual e injusta” (PORTILHO, 2005b, p. 23). De acordo com Portilho (2005b), essa constatação dual entre a exploração dos recursos da natureza e o avanço além da capacidade de suporte do planeta, vem trazendo a tona a necessidade de reflexão acerca do tema sustentabilidade. De forma que se possa pensar nas diferentes demandas advindas da pós-modernidade. Em relação a esse fato, importa a compreensão da existência de novos caminhos que rumam em direção da “liquefação da sustentabilidade” segundo (Tavares, 2014). Para tanto, abre-se um parêntese para o entendimento do termo “liquidez” cunhado por Zygmunt Bauman.

4.1. A LIQUIDEZ COM BASE EM BAUMAN

Primeiramente, gostaríamos de discorrer sobre o conceito de liquidez de Bauman (2001). O autor delegou a sua obra, diversos formatos e complementos para expressar a fluidez a qual se referia, possivelmente, para melhor entendimento dos leitores, no sentido de ampliarem a compreensão do complexo significado, imbricado no conceito de uma modernidade líquida (BAUMAN, 2001).

Nos escritos de Bauman, há uma tentativa aparente em fazer com que o leitor capte a instabilidade do contexto que vai sendo delineado. “O uso da locução líquido” e seus derivados tende a tornar visualmente acessíveis essa percepção de algo essencialmente transitório, efêmero e volúvel. (SILVA et al., 2015).

A coesão e a rigidez de uma sociedade pautada pela disciplina, aos poucos, vão se diluindo através das mudanças dotadas pelo tempo nas novas formas de vida na contemporaneidade. Assim segundo palavras do o autor, uma transição ocorre pela reorganização das estruturas sociais, onde temos:

A passagem da fase "sólida" da modernidade para a "líquida" - ou seja, para uma condição em que as organizações sociais (estruturas que limitam as escolhas individuais, instituições que asseguram a repetição de rotinas, padrões de comportamento aceitável) não podem mais manter sua forma por muito tempo (nem se espera que o façam), pois se decompõem e se dissolvem mais rápido que o tempo

que leva para moldá-las e, uma vez reorganizadas, para que se estabeleçam (BAUMAN, 2007, p. 7).

Segundo Bauman (2007), tudo é volatilizado, desde as relações humanas e a vida em conjunto, por exemplo: relações familiares, de casais, de grupos de amigos, de afinidades políticas até nos mais diversos estágios da sociedade, perdendo a consistência e estabilidade.

De forma sintética, para o autor, seriam quatro marcos a se destacar neste processo de configuração do contexto líquido-moderno: a separação entre o poder e a política visível na supervalorização do indivíduo em detrimento ao Estado; enfraquecimento da ideia de comunidade; o fracasso do planejamento a longo prazo e a queda de instituições norteadoras e responsabilização individual pelo fracasso ou sucesso da vida pessoal. Essa transição do sólido para o líquido pressupõe acontecimentos que se materializaram na modernidade e se radicalizaram no momento contemporâneo. (SILVA et al., 2015)

Assim, cabe uma reflexão sobre os novos valores na contemporaneidade, em especial uma apreciação da visão crítica e fluida de Bauman sobre “consumo” e suas vertentes. No livro “Vida para Consumo” (2008), Bauman, em referência ao mercado de consumo, aborda uma dramática realidade, que seria a transformação dos indivíduos em mercadorias. Os impactos dessa transformação ocorrem em diversas fases da vida, como por exemplo: na economia, na política, na cultura.

Em linhas gerais, Bauman tenta mostrar neste livro que o mercado de consumo é um espaço social, no qual as pessoas são, simultaneamente, os “fregueses” e as próprias mercadorias. E, para tanto, precisam se moldar e se readequarem à realidade dessa sociedade instável (líquida), de modo que consigam atrair a atenção dos consumidores, mantendo-se sempre na linha de frente das “prateleiras”. (RODRIGUES, 2015, p. 80- 81)

E não só os fregueses se tornam mercadorias, note-se para fins do estudo que, também a natureza passa por esse processo, passando da imaterialidade para a materialidade, adquirindo um preço a ser pago, sob a forma de uma senha de pertencimento. De acordo com Bauman (2008), o desejo passa a ser um divisor de águas entre a modernidade e a modernidade líquida, onde, na primeira, esse desejo passou a sustentar a economia, da mesma forma, a sociedade de produtores, determinada pelas necessidades das pessoas e regida pelo trabalho foi dando espaço para o consumo, distanciando-se das formas sólidas e duráveis, dando vez a uma sociedade de consumidores. “Para tanto, Bauman (*op. cit.*) cita que esses desejos que regem a sociedade do consumo precisam levar sempre a não satisfação de seus membros, para que a demanda de consumo não se esgote e a economia mantenha-se continuamente alimentada.” (RODRIGUES, *op. cit.*, p. 81). Para efeitos de consumo, de acordo com o autor apreciado, depreende-se que: “É preciso primeiro se tornar uma mercadoria para ter uma chance razoável de exercer os direitos e cumprir os deveres de um consumidor” (BAUMAN, *op. cit.*, p. 89). Nesse aspecto,

pode-se observar uma série de consequências. O ato de consumir cada vez mais e mais, evidenciando que a relação econômica, que a princípio era vertical, vai se tornando, pela socialização, na sociedade de consumidores, cada vez mais horizontal, elevando essas características à liberdade de escolha e a participação social. “Bauman aborda o que ele chama de “síndrome cultural consumista”, que seria a negação enfática da virtude da procrastinação e da possível vantagem de se retardar a satisfação. Tudo, com rapidez, excesso e desperdício (produção de lixo).” (RODRIGUES, *op.cit.*, p. 82). Nesse ínterim, abre-se um parêntese para relacionar o objeto da pesquisa com os preceitos da pós-modernidade, ou seja, fazer uma análise da possibilidade dos produtores, aqui pontuados, estarem de fato interagindo com questões de dimensões ambientais, pautadas no reaproveitamento dos resíduos agrosilvopastoris. Saliente-se que esses possuem características específicas, pois são os materiais residuais de origem orgânica provenientes das atividades exercidas no campo. Depreende-se que a partir da exacerbação do consumo, novos paradigmas devem surgir como forma compensatória para tal síndrome consumista, sobre a qual se está debruçando.

Obviamente, o estudo perpassa por questões sobre a globalização, enfraquecimento das comunidades e consequentemente pela cultura consumista que a internet oferece. (BAUMAN, 1999; 2003; 2008).

De acordo com o tema abordado na pesquisa, uma vez compreendida a noção de liquidez, e o que de fato ela representa perante aos padrões de sustentabilidade, passa-se a discorrer sobre as questões que envolvem o “consumo verde” e os fatores de influência gerados a partir desse consenso.

4.2. AS SUBJETIVIDADES DO “CONSUMO VERDE” NO CAMPO DAS SUSTENTABILIDADES

Tavares e Irving (2013) ampliam este debate sob um olhar mercadológico no qual: “(...) a concepção de sustentabilidade passa a incorporar novos valores e perspectivas, ampliando as relações entre sociedade e natureza, através da mediação do capitalismo conexionalista, imaterial, natural e parasitário.” (TAVARES; IRVING, 2013, p. 2). Assim ocorre quebra de vínculos, perda de território da seguinte forma: perda dos controles pessoais ou coletivos e não acesso aos territórios econômicos, simbólicos.

Destarte, “pode”-se especular que vem ocorrendo um movimento de plasticidade da noção de sustentabilidade, tanto pela apropriação estratégico-mercado-lógica por parte

das empresas e dos *media*, que se apropriam da temática da sustentabilidade como estratégia de poder, quanto pela “desterritorialização” desse movimento em direção à produção de uma nova demanda de consumo. Como também na criação e elasticidade de uma nova grife: o “mercado verde”. (TAVARES, 2014, p. 76)

Assim, de acordo com Tavares (2014), torna-se primordial a compreensão da existência desses novos caminhos que rumam em direção da “liquefação da sustentabilidade” a qual:

(...) parece se sustentar na metamorfose das estratégias do capitalismo contemporâneo, sobretudo pela incorporação de valores imateriais, conexionistas e naturais voltados à produção de desejos e modos de ser como identidades de consumo e também pela desmaterialização da natureza, a partir do olhar mercadológico (TAVARES, 2014, p. 76-77).

De acordo com Tavares e Irving (2013), a natureza passa a ter valor de mercado, e, como mercadoria passa a ser significada e ressignificada por diferentes atores sociais, entre eles o Estado e ONGS. “E tudo indica que essa mercantilização ocorre através de um consumo qualificado como “verde”, que legitima (e amplia) a noção de sustentabilidade como diferencial e estratégia de Ecopoder.” (TAVARES; IRVING, 2013, p. 2). No qual, o objeto do poder, seria a natureza, de acordo com a conclusão de Tavares e Irving (2009). “(...) um poder circulante e capital em que todos, com todos e através de todos, se influenciam, se controlam, se produzem, se consomem.” (TAVARES; IRVING, 2013, p. 9). Uma relação que se estabelece entre consumo e capital.

Assim, a noção de sustentabilidade não pode estar circunscrita a um conceito hermeticamente fechado, pois esse só teria sentido se fosse capaz de traduzir a resultante de um processo contínuo de metamorfose social, orientado pelo compromisso ético e de longo prazo e intergeracional de justiça social e o “*religare*” com a natureza e com a própria humanidade. Mais do que um substantivo, o termo sustentabilidade se traduz em um verbo, em gerúndio, em movimento. Sociedades sustentáveis, por pressuposto, seriam sociedades fluidas, capazes de adaptação, orientadas por suas especificidades culturais e sua maneira de interpretar o mundo e a natureza. (IRVING, 2014, p. 35)

Em tempos de sustentabilidade líquida, onde a própria vida pode ser “coisificada” pela força do capital torna-se imprescindível a verificação das estruturas que permeiam o mercado e a sociedade no contexto da Modernidade Líquida. E dentro da pesquisa, se aprimora nessa função, visto que:

(...) esta noção de uma sustentabilidade que é “líquida” passa a constituir uma grife a ser apropriada por diferentes atores sociais, independente do seu *status* político, econômico, cultural, social ou étnico. Nas tessituras de um capitalismo natural, conexionista, parasitário e imaterial, esta noção de sustentabilidade “liquefeita” se desterritorializa como um “discurso vazio”: solução para um mundo melhor, para tudo e todos, através da perversa relação entre consumo e capital, sendo que este se torna liquefeito e metamorfoseado nas redes do mercado.” (TAVARES; IRVING, 2013, p. 9)

Para Tavares (2014) o conceito de sustentabilidade está sendo ressignificado nas novas leituras acerca do mercado fazendo com que surja um novo tipo de consumo identificado como “consumo verde”, dessa forma observamos, segundo Pelbart (2003) a ocorrência de tendências no sentido que esteja ocorrendo uma produtivização da natureza (TAVARES; IRVING, 2013). Entretanto, para efeitos desse estudo, estaria a natureza sofrendo um processo no qual, em determinados casos, sua ressignificação resultaria em um produto?

4.2.1. A natureza produtivizada

Tendo como objeto de estudo a verificação da ocorrência da produtivização da natureza, parte-se do princípio de que a mesma, atualmente, está sendo consumida como um produto que possui um valor de mercado. Para Tavares e Irving (2009), o conceito de sustentabilidade vem sendo ressignificado mercadologicamente, de modo que surge um novo tipo de mercado, identificado como “verde”, vinculado aos produtos que se tornaram o foco desse estudo. De acordo com Guattari e Rolnik (2000), há uma “cultura valor” como um valor capital, no domínio do mercado, onde a natureza está sendo semiotizada e adquire um preço. "Chame-se como quiser isto que nos rodeia, capitalismo cultural, economia imaterial, sociedade de espetáculo, era da biopolítica, o fato é que observa-se o crescimento nas últimas décadas de um novo modo de relação entre o capital e a subjetividade" (PELBART, 2003, p. 34). Para o autor, o capitalismo é desenhado de uma forma mais maleável, constituído em rede, formando um capitalismo rizomático (PELBART, *op. cit.*). Dessa forma, a natureza passa a ser transformada em um produto a ser consumido e se expressa como uma identidade psicossocial de consumo, na lógica do mercado, onde os valores são significados e ressignificados nas relações entre a natureza, o consumo e a sociedade. Essa lógica, do capitalismo imaterial, funciona na transformação do “não capitalizável” em valor de mercado, onde o valor é expresso pelo tempo de produção. Segundo Tavares e Irving (2013), o capitalismo contemporâneo transforma o não-capital em capital, em todas as esferas, como maneiras de ser, de fazer, de ter prazer. Onde o desejo reina sobre as novas ansiedades modernas na pós-modernidade, onde os consumidores estão expostos a todo tipo de tentações e alternativas de compra. (BAUMAN, 1999)

E além da criação de desejos, se constrói o sentido de mercantilização da diferença, da originalidade. A partir do conceito desta sustentabilidade líquida, emergem novos valores associados à natureza como estratégia de mercantilização da autenticidade. Paradoxalmente, ao mesmo tempo em que ocorre a espetacularização da natureza

como produto de consumo estetizado pela diferença, a própria concepção de natureza-mercadoria se fragiliza. (TAVARES; IRVING, 2013, p. 7).

Dentre esses novos valores, à luz de Pelbart (2003), os autores (*op.cit.*, 2013) identificam que da imaterialidade do capital surge uma liberdade de mercantilização da vida e de todas as esferas da existência, que se configura de uma forma parasitária, onde o próprio hospedeiro é destruído. Pela forma conexcionista ocorrem novos apelos de autenticidade e o movimento não finda, devido às novas formas de consumo. A natureza torna-se uma “grife” a ser consumida, num movimento incessante para a satisfação de desejos, que se configura sob a forma de novos hospedeiros. Assim, em elementos onde se permite identificar um processo de “produtização da natureza”, verifica-se:

(...) quando produto e ativos são apresentados como sinônimos, a partir da noção de uma natureza embalada para consumo, evidencia o fato de que, dentre a estratégias das empresas do mundo contemporâneo figura a produção de novas marcas e produtos verdes com apelos ecológicos, que, a partir da perspectiva de Rochefort (1997), representa a nova estratégia de consumo adotada pelas empresas para aumentar a sua participação de mercado (PONTES; TAVARES, 2017b, p. 203)

Essa concepção de novos hospedeiros derivaria das estratégias de uso político do consumo e, seriam fabricados a partir de movimentos ecológicos? Ou seriam meros produtos construídos a partir dos “*Kits de subjetividade*”?

4.2.2. Os “*Kits de Subjetividade*” no sentido rizomático e a influência das marcas

Desse modo, operando na Modernidade Líquida (BAUMAN, 2001), sob a constituição de novas identidades psicossociais, depara-se, mais recentemente, com a formação de “*Kits de subjetividade*” (ROLNIK, 2000) fabricados pelos movimentos mercadológicos, que aderem, mas também se soltam dessas identidades. Neste cenário, é reforçada a ideia de que empresas tenham que se apresentar com uma postura “sustentável”, vista a escassez dos recursos naturais não renováveis, segundo Tavares e Irving (2009).

“Assim, a criação de identidades psicossociais no contexto do consumo e da representação da natureza como objeto a ser consumido, como um produto, de certa forma, atenuam a proposta de ser “ecologicamente correto” (PELBART, 2003). A partir desse consenso, pressupõe-se que:

(...) o “consumo verde” tende a ser um bom caminho para se pensar o papel das marcas sob a perspectiva ecosófica, já que, o “consumidor verde” parece emergir como uma identidade psicossocial, que, por meio de um processo de subjetivação operado nas redes do capital, se expressa sob um novo *modo de ser*, em que a ideia de consumir

produtos verdes pode estar relacionada ao sentido de ser “ecologicamente correto (PONTES; TAVARES, 2017b, p. 18).

Destarte, debruça-se sobre os valores da natureza, neste panorama onde impera o Ecopoder que circunda as questões econômicas e sociais, não com um olhar mercadológico, mas procurando entender os mecanismos de liquefação da sustentabilidade e, como nos posicionamos frente a esta realidade? Na busca por obtenção de maior clareza do assunto, passaremos então a desvelar as questões que envolvem o “consumo verde”.

Quanto à produção de subjetividades, a pesquisa tem por objeto trazer uma reflexão sobre os fatores subjetivos que circundam os processos de produção e comercialização relacionados ao “consumo verde”, tendo como referência o aporte teórico de Félix Guattari, Gilles Deleuze e Suely Rolnik, entre outros, em uma primeira análise. As questões relativas às subjetividades não se limitam somente ao campo da psicossociologia e extrapolam para as discussões filosóficas cedendo às múltiplas concepções. Porém o estudo se atém aos autores elencados, em função do tema consumo. É essencial entender a posição de Deleuze em relação à mudança de orientação do eixo filosófico para o eixo “conectivo” ou “rizomático” que revela para o tema em questão, um caráter fragmentário, descontínuo e acidental (SOARES; MIRANDA, 2009). Segundo Deleuze e Guattari (1995), de uma forma resumida, um rizoma é feito de dimensões e não de unidades, tem como característica direções movediças, que não possuem início nem fim, num meio pelo qual sempre cresce e transborda. O rizoma se constitui de multiplicidades lineares em diversas dimensões, como se fosse uma antigenealogia, memória curta ou uma antimemória. Refere-se a um mapa a ser construído sempre conectável, reversível, modificável com inúmeras entradas e saídas com suas linhas de fuga, enfim, com todo o tipo de devires, nas palavras dos autores (DELEUZE; GUATTARI, *op.cit.*).

Dado esse entendimento, segue-se de acordo com Guattari e Rolnik (2000) o fato de que as subjetivações não ocorrem em forma de “recipiente”, no qual se acolheriam as coisas exteriores que seriam interiorizadas, de modo que, para tal tipo de coisas pode-se dar como exemplo: a maneira de se utilizar a linguagem ou a forma de se articular ao modo de semiotização coletiva (principalmente da mídia); ou ainda, a relação com o universo de circulação da cidade, entre outras possibilidades. Seriam esses os elementos, portanto, que constituem as subjetividades.

Dentro deste contexto, por um olhar psicossocial, no âmbito do capitalismo rizomático (DELEUZE; GUATTARI, 1995; PELBART, 2003), é possível fazer uma reflexão sobre as marcas comerciais, que habitam o imaginário do consumidor, produzindo subjetividades como

identidades revogáveis e líquidas, intuídas pelo desejo incessante (BAUMAN, 1999), que promovem nos sujeitos do consumo. (TAVARES; IRVING; VARGAS, 2014).

Dessa forma, como indagar o estudo do consumo por meio da psicossociologia, segundo os olhares da sociedade de controle e modernidade líquida, na produção de uma subjetividade rizomática, plural, fragmentada, esquizofrênica e antropofágica, enredada pelo desejo de se consumir, configurando “*kits de subjetividades*” e desconstruindo identidades *prêt-à-porter* como modos de ser regulados pelo mercado publicitário, segundo a lógica que para “ser” é preciso “ter”? (TAVARES; IRVING; VARGAS, *op. cit.*, p. 2).

A lógica de que para “ser” é preciso “ter”, vem direcionando os indivíduos rumo a uma escalada consumista, na medida em que essas subjetividades colam e descolam no subconsciente do consumidor, por meio de agenciamentos de enunciação (DELEUZE, 1992), que, via de regra, são produzidos pela mídia. A expressão francesa *prêt-à porter* que significa pronto para vestir, em relação à moda, mas, segundo Pontes e Tavares (2015), se refere a efemeridade das subjetividades líquidas e mutáveis do consumidor em tempos de globalização.

Através da produção de “*Kits de subjetividade*”, sob a égide de um capitalismo rizomático, percebe-se que a natureza está se tornando uma mercadoria a ser consumida no mercado, através dos produtos verdes, pela sua representação simbólica, face aos apelos ambientais. A busca pela sustentabilidade fez reforçar a ideia de que o “consumo verde” pudesse potencializar o discurso pró-ambiente. Dessa forma, revestiu-se de “verde” tudo aquilo que possivelmente sugerisse ser sustentável, no contexto da sociedade de controle, por intermédio de agenciamentos, com a produção de “*kits de subjetividade*”, embutidos na mídia pelas campanhas de *marketing*.

Segundo a ordenação do capital rizomático, esta lógica de consumo enredada é estimulada pelo endividamento do indivíduo que tenta viver uma vida marcada pelo desejo pelas marcas que se traduz em novos modos de ser e novos estilos de vida. Este contexto é bem representado pelo mercado publicitário e a mídia, que criam novas modelagens marcárias à luz da produção de um consumo permanente. (TAVARES et al., 2016, p. 26)

No contexto diferenciado da modernidade líquida de Bauman (2001) e do capitalismo rizomático (PELBART, 2003), a publicidade em função das “máquinas desejantes” (DELEUZE, 1992), deslocou-se para a produção de “modelagens marcárias” que, por vezes, se prendem na manutenção de identidades fluidas e transitórias (PONTES; TAVARES, 2017a). As “modelagens marcárias” refletem os modos de ser éticos e estéticos divulgados por empresas publicitárias e ONGs em seus meios de difusão com apelos sócio ambientais. (FERREIRA; TAVARES, 2017)

O estudo observa a questão das subjetividades, buscando uma reflexão sobre o mercado de produtos ecológicos - orgânicos e agroflorestais, podendo funcionar como um apelo em prol da preservação ambiental, de forma que possam formalizar, ou não, uma produtificação da natureza e uma politização do consumo no desenrolar dos atos de consumo, onde o papel político das marcas está a reboque da compulsão por compras, no afã do “ter” em detrimento do “ser”, segundo Tavares (2014).

Assim a pesquisa além de prever a possibilidade de percepção da ocorrência de produtificação da natureza, lança um olhar sobre a probabilidade de haver uma politização do consumo no âmbito da produção e comercialização de alimentos orgânicos, observando se ocorre um deslocamento do entendimento, do discurso e das políticas ambientais no âmbito das estratégias de consumo. A partir desse consenso, estariam esses produtos se transformando em “grifes alimentares”?

4.3. POLITIZANDO O “CONSUMO VERDE”

Para explicitar a questão, verifica-se em Portilho (2005a) o argumento que a partir da década de setenta - marcados na Conferência de Estocolmo⁸, a ideia de que os países do bloco sul estavam a reboque dos países do setor norte, com predominância dos países industrializados, onde se começou a tomar consciência de que o aumento demográfico favorecia a institucionalização da crise ambiental. Em decorrência do fato, armadilhas e estratégias de consumo passaram a ser incrementadas.

Começou então um processo gradual de internalização da pauta ambiental nos meios de produção, seja por pressão governamental - pelo estabelecimento de novas normas e exigências ambientais - por pressão dos movimentos ambientalistas - através de denúncias, manifestações e boicotes - e ainda por iniciativa dos próprios empresários que se apropriaram do discurso ambiental. (PORTILHO, 2005a, p. 2)

Em relação à politização do consumo, podemos observar que a partir do poder de compra dos indivíduos, as corporações passaram a imprimir ao fenômeno do consumo politizado, certas qualidades para alguns produtos, com a finalidade de ampliar a proposta pela opção por um consumo sustentável - “verde”, a partir da conscientização social em relação à crise ambiental. Destarte, Castañeda (2010) em suas propostas resgata a importância de:

⁸Declaração de Estocolmo sobre o meio ambiente humano (1972). MAZ- ZUOLI, Valério de Oliveira (org.). Coletânea de Direito Internacional, Constituição Federal, v. 10, p. 1133-1137, 2011.

(...) entender uma possível transição no padrão de ação política nas sociedades contemporâneas, caracterizada, de um lado, por uma relativa deflação das ações — “radicais coletivistas”, hegemônicas no período anti-modernização dos anos 1960/1970 e, de outro, pela emergência de ações — “romântico-individualistas”, que parecem predominar atualmente. (CASTAÑEDA, *op.cit.*, p. 2)

Segundo Castañeda (2010), as ações consideradas “romântico-individualistas”, a luz de Alexander (1995 *apud* Castañeda, 2010, p. 148), "podem ser interpretadas como parte dos processos de ambientalização e politização do consumo e da vida privada e cotidiana vivenciada nas sociedades contemporâneas".

Segundo Portilho (*op. cit.*), o consumo pode se tornar um meio no qual se integra a consciência das relações de poder compreendidas nas relações de produção, e com isso dá impulso para a ocorrência de ações coletivas no setor público.

Isso indica que as profundas modificações em curso transformam e reconfiguram a sociabilidade, a identidade e a ação política. Do mesmo modo, a hipótese da politização e “ambientalização” do consumo pode reelaborar as possibilidades de luta e participação política, reconfigurando as relações entre as esferas pública e privada. O consumo e o próprio papel do consumidor podem proporcionar grandes chances de constituição de sujeitos sociais ativos e de retorno do cidadão (...) (PORTILHO, *op. cit.*, p. 8)

Nesse mesmo contexto, Fontenelle (2006) com base na teoria crítica adorniana, atenta para o fato de que as sociedades de consumo na contemporaneidade estariam gerando uma nova “cultura de massas”, e, a partir do poder de persuasão presente nos apelos de *marketing*, começou a gerar uma infiltração da esfera comercial na esfera pública, por uma comunicação ditada pelo mercado. De tal forma que, “(...) os meios de comunicação de massa passassem a ser os mediadores sociais por excelência e estabelecessem ‘uma nova diagramação de espaços e intercâmbios urbanos’ em tais sociedades.” (CANCLINI, 1999, p. 49). Ocorrendo, portanto, uma perda da autonomia do espaço público, promovendo uma pulverização do indivíduo transformando-o em um consumidor de entretenimento. (FONTENELLE, *op. cit.*).

Transportando a discussão para a esfera da produção e consumo dos produtos orgânicos, constata-se, em função da crescente e intensa concorrência da comercialização feita pelos supermercados e sucessiva absorção dos modelos agroindustriais (que são fruto de uma crítica agroecológica mais incisiva) que tornaram o campo, objeto do estudo, um tanto conturbado.

Nas sociedades contemporâneas, a posição dos alimentos orgânicos — vista a partir da construção de um campo dialógico multidimensional sobre os problemas socioambientais e a questão da sustentabilidade planetária — envolve dimensões por vezes conflituosas, tais como o mercado, o movimento social de agricultura alternativa, a certificação e o imaginário dos consumidores. (CASTAÑEDA, 2010, p. 3)

Ademais, os movimentos sociais agroecológicos mais enérgicos criaram espaços de comercialização como feiras orgânicas, muitas com certificação dos seus produtos e difusão de canais de venda direta, mesmo com a hegemonia dos supermercados, principalmente nas grandes cidades. Abre-se assim um campo acirrado de competição, em função dos deslocamentos, possivelmente produzidos sob o estigma de superação das crises ambientais, pautadas por intermédio do “consumo verde”.

A questão da alimentação no contexto da politização do consumo desdobra-se em vários fatores, principalmente quando se passa a considerar as responsabilidades dos problemas ambientais. Então, verifica-se que situações pontuais (segurança alimentar e nutricional, desigualdades sociais no acesso à alimentação, políticas agrícolas e regulamentação da publicidade de alimentos) como a política da alimentação na contemporaneidade, vão além da esfera institucional para alcançar o setor privado (PORTILHO et al., 2011). Em função disso, é recorrente uma discussão mais ampla no âmbito das dimensões:

(...) ética, política e ideológica que relacionam hábitos de consumo alimentar, incluindo locais e formas de aquisição e preparo dos alimentos, valores de preservação ambiental, solidariedade com pequenos produtores locais e precaução reflexiva ante os riscos alimentares. (PORTILHO et al., *op. cit.* p. 99).

Dessa forma, ressaltamos a importância de uma reflexão e de um debate do assunto em pauta, em relação à alimentação no contexto da politização do consumo na esfera brasileira, uma vez que no nível internacional, há registros de argumentações mais abrangentes sobre o assunto. Essa tendência será explorada ao longo da pesquisa, pois se verifica um ativismo peculiar ao consumo político, em vias de alcançar formas institucionalizadas e coletivas de participação, com fortes inclinações para a formalização do processo. Perpassando então, pela epistemologia dos autores elencados, faz-se um cruzamento de ideias das questões aqui delineadas, transportando para o objeto de estudo, uma análise psicossocial.

Destarte, o fenômeno do consumo de produtos e marcas verdes no Brasil pode ser observado através desse rizoma (Deleuze e Guattari, 1995), que engloba, igualmente, uma multiplicidade de vetores e movimentos psicossociais, tendo o capitalismo mundial integrado (Guattari e Rolnik, 2000) um papel estratégico de articulação política na sociedade de controle, considerada também como a sociedade de consumo, através do olhar da modernidade líquida, segundo Bauman (2001) (TAVARES; IRVING, 2005, p. 80-81).

Entretanto, esse cruzamento de ideias a nível epistemológico, avança por conceitos mais técnicos, colocando em evidência o consumo dos produtos orgânico e agroflorestais, no contexto da pesquisa.

4.3. A PERSPECTIVA DO CONSUMO NA FLORESTA COMESTÍVEL VISANDO À SUSTENTABILIDADE

O estudo se atém à região do entorno do Maciço da Pedra Branca, caracterizados por fragmentos de Mata Atlântica (INEIA, 2017). Nesse contexto, é sabido que as árvores além de propiciarem o ressurgimento e manutenção das águas, diminuem o impacto das chuvas no solo, diminuem grandemente o efeito estufa, isto é, reduz o gás carbônico atmosférico através da fotossíntese. É necessário um olhar para questões como: restaurar a fauna e a flora com práticas de manejo; uso extrativista das culturas inseridas; reflorestamentos; ressignificação dos produtos agrosilvopastoris, como forma de obtenção de insumos para aproveitamento na agricultura familiar, quase sempre de natureza orgânica. Para isso, lembra-se que todos fazem parte de uma cadeia biológica evolutiva, onde se precisa conhecer a história da relação do homem com a natureza, onde se propicia uma maior harmonia e menos desigualdade, no interior da sociedade. Dessa maneira, promove-se a preservação todas as formas de vida, bem como, amplia-se os conhecimentos sobre a questão da agrofloresta, através de leituras, perguntas e pesquisas na comunidade, junto aos seus representantes na unidade de conservação.

No Brasil, onde os problemas ambientais se aprofundam, essa preocupação levou a Constituinte de 1988 a dedicar um artigo (225) da nova Carta ao problema, na qual se evidencia o direito de todos, como o acesso ao meio ambiente ecologicamente equilibrado, bem de uso comum do povo, portanto, essencial à sadia qualidade de vida, estabelecendo para o poder público e para a coletividade o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações (BRASIL, 1988) .

Inclui-se nesta seara, a agroecologia e a agricultura orgânica, cujas perspectivas da pesquisa estão fundadas, *a priori*, em desvelar se ocorre o aproveitamento de materiais residuais oriundos do manejo agroflorestal no campo de estudo. As premissas agroecológicas segundo Leff (2002) são compreendidas como uma mudança de paradigma na produção agrícola ecologicamente sustentável, porém há um alcance muito mais abrangente no entendimento dessa questão. Assim a agroecologia funciona “como uma constelação de ciências, técnicas e práticas para uma produção ecologicamente sustentável, no campo.” (LEFF, *op. cit.*, p. 36) Historicamente, segundo Altieri (2002), o movimento agroecológico tem início após o término da segunda guerra mundial, onde vários países latino-americanos engajaram-se na intitulada

Revolução Verde e a partir do Relatório Meadows⁹ e da Conferência de Estocolmo (1968 e 1972)¹⁰ tornou-se inquietante as novas maneiras de produção e consumo vigentes que começaram a tomar forma, dando início aos movimentos ambientais. A Revolução Verde foi incrementada, naturalmente, pelos países mais desenvolvidos, tendo como objetivo o aumento das atividades agrícolas, o que acarretava principalmente a intensificação do uso de insumos químicos e avanços no melhoramento vegetal, além do aprimoramento da irrigação e da mecanização. Nos meados dos anos oitenta, se inicia o processo de reconhecimento das consequências da Revolução Verde. Esse ideário começa a ser contestado inclusive no Brasil, através de manifestações sociais, que vem adquirindo maior legitimidade nos últimos anos (ALTIERI, 2002). Quando, então, se intensificam as críticas e os debates por uma nova forma de agricultura. Questiona-se, para tanto, se os progressos técnico-científicos equivalem-se aos avanços socioeconômicos, em vista das crises sociais decorrentes da concentração de renda, do êxodo rural, entre outras causas. Nesse processo, levam-se em conta outros fatores como: a degradação ambiental, a contaminação dos alimentos, a escassez dos recursos naturais e principalmente a crise econômica decorrente da diminuição dos níveis médios de renda (ALTIERI, 2002). Hoje, podemos compartilhar desse movimento por novos paradigmas na agricultura, através das sementes que começaram a germinar no campo e nas mentes camponesas. “As práticas agroecológicas nos remetem à recuperação dos saberes tradicionais, a um passado no qual o humano era dono do seu saber, há um tempo em que seu saber marcava um lugar no mundo e um sentido da existência...” (LEFF, *op. cit.*, p. 36). Conceitualmente, Altieri (2002) define o que representa a agroecologia: “Ela utiliza os agroecossistemas como unidade de estudo, ultrapassando a visão unidimensional – genética, agronomia, edafologia – incluindo dimensões ecológicas, sociais e culturais.” (ALTIERI, *op. cit.*, p. 23). Nesse contexto, são também sustentados os propósitos de como trabalhar e alimentar sistemas complexos, onde ocorrem as inteirações ecológicas e sinergismos inerentes aos componentes biológicos, que por si próprios vão interferir na fertilidade dos solos, na produtividade e na proteção das culturas (ALTIERI, *op. cit.*). Dado esse entendimento, é importante ressaltar que a importância da agroecologia não fica restrita somente ao arcabouço técnico-científico que envolve a questão, segundo LEFF (*op.cit.*) é fundamental aliar a tradição econômica com a inovação do eco

⁹ MEADOWS, Donella H. et al. **Limites do Crescimento**: Um relatório para o projeto do Clube de Roma sobre o dilema da humanidade. São Paulo: Editora Perspectiva, 1973.

¹⁰ Declaração de Estocolmo sobre o meio ambiente humano (1972). MAZ-ZUOLI, Valerio de Oliveira (org.). Coletânea de Direito Internacional, Constituição Federal, v. 10, p. 1133-1137, 2011.

desenvolvimento, posto que “a sustentabilidade não é possível sem a preservação da diversidade cultural que nutre as agriculturas locais.” (ALTIERI, *op. cit.*, p. 26). Outros autores compartilham ideias similares:

(...) a agroecologia enfoca as relações ecológicas no campo e o seu objetivo é entender a forma, a dinâmica e a função das relações existentes no meio biótico, no meio abiótico, e entre eles. Além disso, considera a interação com o homem, cujas ações estão pautadas na sua cultura, hábitos e tradições. (CAMPANHOLA; VALARINI, 2001, p. 71)

Contudo, não é demais destacar que a agroecologia possui como um dos seus princípios a situação ética, pois ela encerra a questão da existência de uma nova relação com o outro, ou seja, um conclave entre seres humanos, com o sentido ampliado da intervenção humana no meio onde está inserida, de tal forma que sua ação ou omissão possa representar uma referência moral, como a relação que envolve sujeitos e objetos (CAPORAL; COSTABEBER; PAULUS, 2006). É nesse contexto que se intenta empreender a pesquisa: através dos focos determinantes aqui explorados, representados pelas figuras dos processos de consumo que envolvem os agenciamentos de enunciação (DELEUZE, 1992) deliberados pelo *marketing*, em torno dos produtos verdes. No mesmo processo, ressaltam-se também as relações midiáticas que circundam a natureza como se ela fosse algo a ser consumido, produtalizando-a (TAVARES; IRVING, 2009). Essas representações, por vezes estão contidas nos significados que possuem dos produtos agroecológicos, que podem fazer um apelo pelo consumo das produções naturais.

Dentre as novas modalidades de agricultura alternativa, a produção orgânica se destaca no campo de investigação proposto. Caldeira-Pires, Rabelo e Xavier (2002) comentam a existência de diversos significados para conceituar a agricultura:

Ao pesquisar-se sobre agricultura, especificamente quando o objetivo é esclarecer sobre os diversos modelos existentes, uma dificuldade aparecerá de imediato: a multiplicidade e a confusão dos conceitos. Dependendo do autor, o mesmo modelo de agricultura poderá ser “moderno”, “altamente tecnificado”, “clássico”, “convencional” ou “inserido numa modernização conservadora”; poderá ser, entretanto, “atrasada”, “retrógrada”, “alternativa”, “sustentável”, “orgânica”, etc. Há, nas diversas qualificações, posições veladas (ou não) sobre o modelo de agricultura que está se tratando. (CALDEIRA-PIRES; RABELO; XAVIER, *op. cit.*, p. 154)

Uma vez definida a modalidade “orgânica”, também entendida como uma atividade alternativa e sustentável, cujo segundo termo, paradoxalmente, pode estar diferentemente colocado no âmbito da modernidade líquida (BAUMAN, 2001) - na qual se depreende uma sustentabilidade líquida (TAVARES; IRVING, 2013) também. Portanto, constata-se para

efeitos da pesquisa, que serão impasses a serem superados entre produtores e consumidores. Em função disso, prontamente, Pontes e Tavares (2017b) colocam as perspectivas do devir, no âmago do capitalismo rizomático (PELBAT, 2003).

A lógica ressaltada pelos autores é do capitalismo encontrando novos nichos de mercado e novos meios de exploração, reterritorialização e domínio. Um parasita em busca de um novo domínio para explorar, até que se findem os recursos. Neste sentido o próprio capital reinventa-se (...) proliferando-se em rede (PONTES; TAVARES, 2017b, p. 90-91).

Assim, a partir do recorte, no qual atenta-se para o capitalismo rizomático, de acordo com Caldeira-Pires, Rabelo e Xavier (2002), a conceituação elaborada para a agricultura orgânica fica compreendida nesse entendimento:

(...) considerar-se-á agricultura orgânica: “(...) um sistema holístico de gerenciamento da produção que fomenta e melhora a saúde do agroecossistema e, em particular a biodiversidade, os ciclos e as atividades biológicas do solo. Empenha-se no uso de práticas de manejo preferindo-as ao uso de insumos externos à propriedade rural, considerando que as condições regionais requerem sistemas adaptados localmente.” (CALDEIRA-PIRES; RABELO; XAVIER, 2002, p. 158).

Em função do modelo de agricultura orgânica definido acima, existem muitas vantagens, segundo Campanhola e Valarini (2001) para o pequeno produtor, que refletem o detalhamento elaborado no estudo retratado, nesta categoria de produção. Dentre elas, destaca-se que: são viáveis em pequenas áreas; favorece a diversificação produtiva; possui menor dependência de insumos externos; se dá pela eliminação do uso de agrotóxico; se traduz em um maior valor comercial do produto orgânico em relação ao convencional; proporciona adoção mais fácil para os agricultores que ainda não utilizam as tecnologias da agricultura moderna; entre outras. O que não significa que não existam dificuldades para estes produtores, que podem sofrer as consequências da instabilidade gerencial, produção em pequena escala, assistência técnica deficitária, maior demanda de mão de obra, custos de certificação (garantia do selo orgânico), dentre tantos outros fatores que serão detalhados ao longo do estudo, onde serão traçadas as propostas das ações metodológicas. A procura por uma prática de agricultura orgânica não é uma simples volta ao passado, pois se incumbe de tratar o solo como um elemento vital e não apenas como um substrato, é um sistema complexo, holístico, que une conhecimentos científicos, agronômicos e sociais (CALDEIRA-PIRES; RABELO; XAVIER, *op. cit.*). Nesse ínterim, traça-se um olhar sobre o uso alternativo de resíduos sólidos de origem orgânica, provenientes de atividades agrícolas e florestais. Através de alternativas “ambientalmente corretas” (PORRAS; GONZÁLES, 2016). Bem como, pela observância dos novos modelos de utilização de resíduos implantados a partir de sistemas agroflorestais (SAFs) que: “(...) são sistemas de uso da terra em que plantas de espécies agrícolas são combinadas

com espécies arbóreas sobre a mesma unidade de manejo da terra” (DA SILVA et al., p. 77. 2011). E, como um sistema complexo, naturalmente, a produção de orgânicos também perpassa pelos efeitos da onda consumista, a luz dos efeitos globalizantes nas sociedades contemporâneas. Mas, diante dessas referências, na lógica dos resíduos orgânicos, como é compreendida a questão da obsolescência desses excedentes para aproveitamento residual na contemporaneidade?

4.3.1. A obsolescência dos materiais residuais

Diante dos movimentos consumistas que vem se estabelecendo, através dos tempos, observa-se a lógica das questões relativas à produção de resíduos, que vem aumentando paralelamente ao crescimento do consumo e por vezes até extrapolando essas medidas comparativas. Nesse contexto, delimitam-se as condições para a redução e aproveitamento de todo e qualquer tipo de material residual. Trazendo a discussão para o campo psicossocial, considerando-se que a produção dos resíduos em geral é associada à geração de “lixo”. Para explicitar a relação dos resíduos *versus* consumo na contemporaneidade, assinala-se de acordo com Eigenheer (2003) o contrassenso que fomenta o assunto, de forma que “Cria-se um paradoxo: é preciso consumir cada vez mais para viver e manter a vida moderna, ao mesmo tempo em que se torna necessário evitar que o produto final desse consumo – o lixo nos ameace”. (EIGENHEER, *op. cit.*, p. 28). O autor ressalta que esse olhar no tempo tem o objetivo de ajudar o entendimento das dificuldades, estigmas e interdições que nascem a partir das relações com o “lixo”, que não se distanciam muito dos resíduos agrosilvopastoris. Uma vez constatado que, na atualidade, o reflexo do aumento da urbanização e a geração de resíduos sólidos em especial, são reconhecidamente fatores problemáticos, inclusive ocorrendo nas chamadas fazendas urbanas, em referência aos quintais produtivos, com características mais rurais. Compreende-se que os resíduos gerados também foram preocupantes em outras épocas, depreendendo-se a retórica do “lixo”, desde a antiguidade, donde remontam ideias de aproveitamento de resíduos animais e vegetais na agricultura. “Portanto, a possibilidade do reaproveitamento é antiga, o que não exclui os estigmas ligados a essa prática. ‘O uso da matéria orgânica como adubo é uma tradição que se mantém ao longo do tempo.’” (EIGENHEER, *op. cit.*, p. 48). Assim, o autor compreende que, na atualidade, “O crescimento populacional e os progressos nas técnicas de agricultura (com excedentes agrícolas) são bases para esse florescimento” (EIGENHEER, *op. cit.*, p. 51), que se dá em relação à forma tradicional de

recuperação dos resíduos sólidos. Contudo, nessa questão de reutilização e reaproveitamento dos resíduos das culturas, através do uso dos excedentes agrosilvopastoris, associando-se aos preceitos agroecológicos é que se apresenta o viés do trabalho.

Entretanto, é preciso desmitificar o conceito de que o “lixo” é sempre um fator desagradável ao convívio humano. A quantidade desse material que se prolifera hoje, está estritamente ligada ao fenômeno da urbanização e do consumo. “Desde a Revolução Industrial, foi desenvolvida uma sensibilidade negativa em relação ao lixo, o qual não se quer ver, nem ter por perto” (GONÇALVES; FREITAS, 2013, p. 2). Portanto, conclui-se que: “Há um desejo, historicamente construído, de se estar longe do lixo, das pessoas, lugares, ameaças e perigos que possam estar relacionadas a ele” (PORTILHO, 1997, p. 2). Destarte, sob a influência negativa atribuída ao lixo, deixa-se de perceber que, existem parcelas de resíduos que possuem características regenerativas de fundamental importância para reconstituição dos solos e, por conseguinte, se tornam expressivos na manutenção das culturas empreendidas. Evidenciam-se, para tal discussão, os elementos identificados por Eigenheer (2003) em razão do “puro” e o “contaminado”, como duas categorias distintas que corresponderiam ao sagrado e ao profano – assim “compreendidas pelos hebreus, no contexto das civilizações do Antigo Oriente Próximo (EIGENHEER, *op.cit.*, p. 102)”. Elas se caracterizam, por exemplo, por um lado positivo, como o húmus oriundo de resíduos orgânicos e, como a porção negativa, àqueles que provêm da degenerescência dos materiais, causando perigo e morte, ambos com valor social e econômico, mas impregnados de preconceitos.

Ao que parece, o estigma da degenerescência no correr dos séculos conserva-se mais forte que o valor da utilidade dos objetos. Até hoje, apesar da ampla disseminação da reciclagem, muitas indústria escondem o fato de trabalharem com embalagens de papel reciclado, temendo ser depreciada sua marca, em particular quando se trata de alimentos (EIGENHEER, *op. cit.*, p. 100).

Em uma abordagem mais profunda, Douglas (1966) comenta sobre os rituais de pureza e impureza e os classifica como atos essencialmente religiosos, que permitem a elaboração de estruturas simbólicas, que possivelmente resultam na depreciação de dos elementos considerados impuros.

(...) a impureza é essencialmente desordem. A impureza absoluta só existe aos olhos do observador. Se nos esquivamos dela, não é por causa de um medo covarde nem de um receio ou de um terror sagrado que sentimos. As ideias que temos da doença também não dão conta da variedade das nossas reações de purificação ou de evitamento da impureza. A impureza é uma ofensa contra a ordem. Eliminando-a, não fazemos um gesto negativo; pelo contrário, esforçamo-nos positivamente por organizar o nosso meio. (DOUGLAS, 1966, p. 6-7, tradução nossa)

Douglas (1966) alega que a poluição se insere na vida social, onde a ordem ideal da sociedade se mantém pelos perigos que ameaçam os transgressores, onde os pretensos perigos poderiam significar um poder de coerção exercido por uns homens sobre outros. Porém estudando as crenças, Douglas (1966) depreende, nesse contexto, que o aquilo que se considera perigoso está carregado de cargas simbólicas. Segundo a autora, a noção de impureza vai variar de acordo com as diferentes culturas, assinalando que a religião, por vezes, torna sagradas as coisas impuras, que haviam sido rejeitadas com aversão, de qualquer forma, essa questão se revela como um paradoxo, posto que a procura de pureza seja sempre acompanhada pela rejeição.

Porém, ao se considerar a decomposição de resíduos entende-se a degenerescência como um declínio dos materiais, ao ponto de um retorno à natureza em seu estado genuíno.

Neste último estado de desintegração, a impureza é totalmente indiferenciada. Assim se fechou o ciclo. A impureza era uma criação de uma mente que diferencia, era um subproduto da criação da ordem. A partir de um estado original de indiferenciação e ao longo do processo da diferenciação, o seu papel era ameaçar as distinções estabelecidas; finalmente, regressa à sua verdadeira natureza, indiferenciada. A ausência de forma é, pois, um símbolo adequado para exprimir tanto o princípio e o crescimento como a decrepitude. Nesta perspectiva, tudo o que foi dito sobre o papel revitalizante da água no simbolismo religioso, também se aplica à impureza. (DOUGLAS, 1966, p. 117, tradução nossa)

Assim, para efeitos do estudo em questão, serão apreciadas as ideias relacionadas aos resíduos agrosilvopastoris, elevados ao ponto de decomposição tecnicamente considerada ideal. De acordo com a Lei 12 305/10 (BRASIL, 2010) em seu artigo 13, item 1, subitem i, no qual os resíduos agrosilvopastoris são considerados como sendo àqueles gerados nas atividades agropecuárias e silviculturais, incluídos os relacionados aos insumos utilizados nessas atividades. São por referência àqueles que preconizam os conceitos agroecológicos, que servem de subsídio para as ações que, provavelmente, ajudem a reconectar o homem e a natureza propiciando um envolvimento filosófico, de forma que possa trazer uma contribuição para a minimização da deterioração do ambiente e conseqüentemente das relações entre os indivíduos, transformando-os politicamente e socialmente, em seres mais integrados aos elementos naturais constituintes das práticas cotidianas. Práticas essas que perpassam pela observância da produção orgânica e no contexto agroecológico.

Dessa forma, pelo aspecto relacional, como a participação da sociedade poderia estar vinculada às questões que regem a sustentabilidade?

4.4. A SOCIEDADE PARTICIPATIVA *VERSUS* RESÍDUOS SÓLIDOS NA PONTA DA CADEIA PRODUTIVA: UMA PERSPECTIVA PARA A SUSTENTABILIDADE?

A ideia principal que norteia esse capítulo é como uma sociedade pode se apropriar de conhecimentos que permitam que as diferentes identidades, que existem dentro dela, possam se sensibilizar com parâmetros de ordem legal e gerencial em torno da geração de resíduos sólidos, e da iminente necessidade de reduzi-los. Promovendo, através da integração, dos diálogos e das ações, melhoras substanciais para o meio e quem vivem. A geração de resíduos é um fator preocupante em função do aumento populacional mundial e do crescimento constante dos padrões de consumo (ONU, 2015), conforme delineado ao longo do estudo. Em virtude de tal realidade, muitas propostas de gerenciamento têm sido criadas na intenção de solucionar as mazelas ambientais decorrentes desses conflitos. Os ambientes urbanos são os mais afetados na maioria das grandes cidades do planeta. No Brasil, a colonização deu-se do litoral para o interior, fazendo com que a faixa litorânea, concentrasse maior índice populacional (ALVES, 2007), região em cujo se situa o campo de estudo. O crescimento dos grandes centros resultou em um intensivo processo predatório de desenvolvimento urbano, dando origem a cidades com elevados índices de pobreza e degradação ambiental (GUERRA; CUNHA, 2001). Neste cenário, agrava-se a situação das cidades brasileiras prejudicadas por todo tipo de poluição, onde predomina a baixa qualidade de vida dos cidadãos. Devido aos fatores supracitados, destina-se um olhar para a questão dos resíduos, que crescem de forma incisiva. (ALVES, 2007).

Para Acselrad (1999), os espaços urbanos em geral requerem um conhecimento da realidade que viabilize a emergência de soluções alternativas e sustentáveis para os problemas gerados. Para o autor, a da cidade é como um sistema termodinâmico aberto, onde se identifica um lugar de produção crescente de entropia. No qual, esse nível de desordem torna-se uma expressão social da irreversibilidade termodinâmica, tendo na insustentabilidade urbana um *locus* de excelente perda da capacidade de transformação da energia em trabalho, demandando, assim, um planejamento urbano visando minimizar a degradação energética e desacelerar a trajetória da irreversibilidade. Assim, busca-se identificar, dentro dos padrões descritos acima, a composição periurbana do Maciço da Pedra Branca, dado que o maciço é composto com maior floresta urbana do mundo e também uma reserva extrativista (INEA, 2013), na qual estão inseridas as fazendas urbanas, ou seja os espaços ocupados pela agricultura familiar, destacando-se as qualidades ambientais locais e o seu potencial social.

O estudo está centrado na inclusão do tema resíduo sólidos, nos processos indicadores de uma sociedade participativa, incluindo-se para isso: uma necessidade de uma breve abordagem territorial, legal e gerencial que sirvam de base aos objetivos propostos. Entre essas, destacamos a qualidade do meio ambiente, o incentivo ao estabelecimento dos Rs (destacando-se: repensar; reduzir; reutilizar e reciclar), a definição do papel da sociedade e suas responsabilidades nas políticas de resíduos sólidos e de meio ambiente no entorno das comunidades, a busca da sustentabilidade, a promoção da gestão integrada entre população e entes públicos e, se possível, acenar para a recuperação de áreas degradadas através iniciativa colaborativa (ALVES, 2007).

Elenca-se, para tanto alguns princípios essenciais ao entendimento da sustentabilidade a partir dos conceitos que englobam a gestão de resíduos sólidos. Há na Europa uma legislação comunitária responsável pela gestão de resíduos, que é uma norma para regular o assunto, a Diretiva 2008/98/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 19 de novembro de 2008. Essa norma foi feita com objetivo de transladar a legislação aos Estados membros, antes do dia 12/12/2012, informando sobre o papel dos resíduos sólidos. Os princípios mais significativos, que serviram de base a nível nacional, elencados nessa norma são: o Princípio da Prevenção que se refere aos 3Rs (redução, reutilização e reciclagem) e se possível, evitar a geração de resíduos; o Princípio da Responsabilidade do Produtor e do Poluidor Pagador, que estabelece o gerador do resíduo é responsável por ele, portanto, àqueles que poluem o meio ambiente devem arcar com as suas ações; o Princípio da Precaução, que indica como deve-se pensar em todos os potenciais problemas relacionados aos resíduos que poderão ocorrer no futuro e fazer uma prevenção quanto a eles; e, por último, destaca-se o Princípio da Aproximação que designa que a delimitação e a eliminação dos resíduos deverá ser o mais próxima de sua origem. Neste último, lança-se um olhar perceptivelmente, aplicado aos resíduos agrosilvopastoris, no campo de estudo.

O Direito brasileiro defende princípios similares, possivelmente derivados da normativa europeia. Nesse contexto, pode-se destacar, ainda, para os fins do estudo, o Princípio da Participação, que enfatiza a presença atuante das comunidades no processo de conquista por um meio ambiente sustentável, no qual “participar significa que a opinião de uma pessoa pode ser levada em conta” (MACHADO, 2013, p. 130). Nesse ínterim, o autor ressalta que o cuidado com o meio pede uma ação igualitária, participativa ao alcance de todos. Isso remete à insignificância presumida que as pessoas têm, e no poder de ação delas, posto que, para as pessoas se tomarem presentes, é importante se tornarem visíveis, umas em relação às outras,

vislumbrando-se nisso a possibilidade da criação do estado político, cívico ou histórico. Machado (2013) insiste nesse consenso, destacando que as organizações não governamentais (ONGs) devem intervir de forma complementar aos Poderes Executivo e Legislativo, e não se tornando subliminares aos governos, empresa privadas e empresas públicas. Estando assim, de acordo com na Agenda 21 (BRASIL, 2004), acentuando-se, ainda, o desempenho das “(...) organizações não governamentais como um papel fundamental na modelagem e implementação da democracia participativa” (MACHADO, *op. cit.*). Em relação a esse assunto, pode-se dizer que na segunda metade do século XX se intensificaram o aparecimento de sindicatos e associações ambientais, numa tentativa de organização da sociedade em busca dos seus direitos e em defesa de um mundo mais sustentável.

Na Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, de 1992 (PEDRINI, 2006), depreendeu-se que a melhor forma de se lidar com as questões ambientais é assegurar a participação de todos os cidadãos interessados, no nível pertinente, que se equipara, nesse caso, às comunidades do entorno do o Maciço da Pedra Branca. No nível nacional, destaca-se, para fins do estudo, que cada pessoa deve ter a “possibilidade de participar no processo de tomada de decisões” (MACHADO, 2013, p. 130).

Ampliando-se o contexto, destaca-se na Constituição Federal (BRASIL, 1988), o capítulo VI, no qual está instituída, no caput do art. 225, a garantia de um meio ambiente ecologicamente equilibrado, que seja um bem de uso comum do povo e essencial à sadia qualidade de vida, impondo-se a todos, poder público e coletividade, o dever de defendê-lo e preservá-lo para as presentes e futuras gerações.

Quanto à legislação pertinente ao gerenciamento de resíduos sólidos, encontra-se como requisitos, para o entendimento da dinâmica que envolve os resíduos gerados, entre outros, a Lei nº 12.305/10, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos (BRASIL, 2010) que estabelece uma articulação institucional envolvendo os três entes federados – União, Estados e Municípios, o setor produtivo e a sociedade civil na busca de soluções para resolver os problemas evidentes neste assunto, que vem interferindo na qualidade de vida das comunidades brasileiras (PNRS, 2010). Para isto, adota-se o mesmo conceito da gestão integrada de resíduos sólidos da Política Nacional de Resíduos Sólidos (BRASIL, 2010), do Plano Estadual de Resíduos Sólidos do Rio de Janeiro (PERS-RJ, 2013) e do Plano e Municipal de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos da cidade do Rio de Janeiro (PMGIRS-RJ, 2012), como referenciais para gerenciamento de resíduos, que estabelecem prioridades que vão desde a

disposição final, ambientalmente adequada até a não geração dos mesmos, com prevalência da inclusão social e econômica no processo.

Na Agenda 21 (BRASIL, 2004) há também um determinante em relação ao gerenciamento integrado dos resíduos sólidos, devido ao entendimento de que o controle social perpassa pelas dimensões ambiental, social, econômico, cultural, político e institucional. Portanto, propõe-se buscar medidas que incentivem a gestão compartilhada dos resíduos, fazendo planejamentos que visem a continuidade das ações; verificando políticas que se articulem com diversos setores da administração nas diferentes esferas governamentais. Nesse ínterim, destaca-se um entrosamento entre os entes do executivo, legislativo e sociedade civil, administrando-se as tecnologias e propostas de acordo com a realidade das comunidades, regulando-se os serviços realizados pelos municípios e consórcios – caso existam, no âmbito dos resíduos sólidos. (PMGIRS-RJ, 2012). Assim, propõe-se práticas de sensibilização das comunidades em relação aos 3Rs (reduzir, reutilizar, reciclar), sob o uso sustentável dos recursos naturais e preservação do meio ambiente (PERJ-RJ, 2013). Caberia, neste contexto, desenvolver um estudo das tendências de produção de resíduos por localidades, determinando expressividade reinante em cada uma delas, para posterior criação de um planejamento, no intuito de agilizar a cadeia de reaproveitamento. Supõe-se que a educação ambiental deve estar presente em todos os seguimentos das comunidades, como prerrogativa para que ocorra uma melhora substancial do meio ambiente. Portanto, esses são alguns dos benefícios instituídos nos os Planos Estadual de Resíduos Sólidos do Rio de Janeiro (2013), bem como no Plano Municipal Gestão Integrada de Resíduos Sólidos do Rio de Janeiro (2012) que circuitam o conteúdo do estudo.

Uma vez perpassadas às questões legais e gerenciais sobre o tema, como seria compreendida a relação entre os atores atuantes na pesquisa, em relação aos seus perfis psicossociológicos?

5. CONSUMIDORES E PRODUTORES: UM OLHAR PSICOSSOCIOLÓGICO SOBRE OS ATORES EM POLOS DISTINTOS

O estudo em questão investiga dentre outros fatores, a relação entre consumidores e produtores na pós-modernidade, cujas peculiaridades serão apresentadas e reguladas por uma determinada lógica, a psicossocial. Ressalta-se, para tanto, que:

(...) o olhar psicossociológico contribui para compreender esse indivíduo que escolhe marcas comerciais como estratégia de pertencimento, por meio de identidades revogáveis, temporárias e flutuantes. (...) por meio do viés psicossocial, desvelando a subjetividade líquida, plástica, fluida e mutável do consumidor em um contexto globalizado de uma sociedade de controle, que valoriza o “ter” em detrimento do “ser” (TAVARES et. al., 2014, p. 110).

Para os autores, há uma inquietação: como investigar a questão do consumo por intermédio da psicossociologia? Isso se deu de acordo com as visões da sociedade de controle e da liquidez na pós-modernidade, fruto de uma produção de subjetividade rizomática, plural, fragmentada, esquizofrênica e antropofágica, sob o enredo do desejo de consumir, caracterizado por formação de “*kits de subjetividade*” e pela desconstrução de identidades *prêt-à-porter* (ROLNIK, 1997), que significa “pronto a vestir”, através da lógica de que para “ser” é preciso “ter” e pela regulação do mercado publicitário. (TAVARES et. al., *op. cit.*)

Dessa forma, na sociedade de controle, sob a égide de um “capitalismo do controle”, criam-se demandas, ao invés de respondê-las para os indivíduos (BITTENCOURT; TAVARES, 2018). Assim, guardando-se as devidas proporções em relação aos produtores rurais, ocorre que:

Enquanto os cidadãos do mundo globalizado vão incorporando o papel de consumidores, a lógica da empresa passa a permear a totalidade do corpo social, impondo o seu modelo a todas as instituições. Antigamente tal função cabia à prisão, que operava como modelo analógico de fábrica e das demais instituições de confinamento. Na passagem para a era pós-industrial, portanto, observa-se uma transição do produtor disciplinado (o sujeito das fábricas) para o consumidor controlado (o sujeito das empresas) (SIBILIA, 2002, p. 36).

O estudo permeia a questão da sociedade disciplinar que adentra a sociedade de controle, procurando evidenciar as facetas do consumo, previamente enumeradas, sob a égide de moldes relacionados à produtivização da natureza e à politização do consumo, nos quais os “*kits de subjetividade*” flutuam subjacentemente, na construção peculiar da pauta da produção de orgânicos, em função dos resíduos agrosilvopastoris, que envolvem a pós-modernidade como pano de fundo.

Com base nesses valores subjetivos, delimita-se um campo intrínseco de relações entre produtores e consumidores a serem observados adiante.

5.1. DA CONDIÇÃO DE PRODUTORES PARA O PAPEL DE CONSUMIDORES: JUNTOS E MISTURADOS?

Na passagem da sociedade imediatamente predecessora para a atual, não se considera que se deixou de assumir um papel para assumir outro, dado que, o consumo sempre existiu. “A diferença entre os dois estágios da modernidade é “apenas” de ênfase e prioridades — mas essa mudança de ênfase faz uma enorme diferença em praticamente todos os aspectos da sociedade, da cultura e da vida individual” (BAUMAN, 1999, p. 88).

Na contemporaneidade, ao se discorrer sobre as etapas da influência capitalística sobre o segmento produtores/consumidores prescinde-se de uma lógica: “Para uma produção em massa, falava-se do ‘homem massificado’, mas, ao personalizar a produção, inaugura-se o “homem individualizado” (PINHEIRO, 2005, p. 47)”.

O que temos em mente é que a nossa é uma “sociedade de consumo” no sentido, similarmente profundo e fundamental, de que a sociedade dos nossos predecessores, a sociedade moderna nas suas camadas fundadoras, na sua fase industrial, era uma “sociedade de produtores” (BAUMAN, 1999, p. 87-88)

Segundo Bauman (1999), na sociedade de consumidores, diferentemente da sociedade de produtores, o que importa ao homem individualizado é o movimento, que caracteriza o período de fluidez, onde o desejo de consumir é quase um “dever” do cidadão, sob o olhar de uma politização do consumo (CANCLINI, 1999), e que se apresenta disfarçado de um privilégio. A partir disso, a cultura capitalística é marcada por pressões recorrentes, onde passa a ocorrer uma estimulação constante às mudanças de identidade, descartando-se o passado à procura de novos recomeços (BAUMAN, 2008), intensificando o conceito de “desejo”, no qual o consumo passa a ser dirigido pelo próprio desejo na esfera imaterial. (TAVARES; IRVING, 2009).

À luz de Bauman verifica-se que ao reassumir a transição de “sociedade dos produtores” para a “sociedade de consumidores” é presumível indicar uma novo “cidadão-consumidor”, como ponto de chegada, cuja regulação se deu em função do mercado e do capital, a partir de um novo ordenamento político social. (BAUMAN, 1999)

De acordo com Pinheiro (2005), alguns fatores sociais deram origem a uma instabilidade psíquica nos indivíduos entre quais se aponta o anonimato das grandes metrópoles (devido à intensa urbanização) - gerando a descrença: na comunidade; na ética; na religião; nas instituições políticas ou em qualquer outra referência tradicional. Vislumbra-se, portanto, fatores na era do consumo globalizado (em que o objeto recebe qualidades subjetivas, através da estetização, na qual se torna um fetiche e com a rejeição à ideia de ser antiutópico), nos quais se naturaliza a realidade atual, como sendo uma única possível. E, em relação aos efeitos da globalização, ainda acrescenta-se que:

Ela aponta que o desejo de participação política do cidadão foi substituído pelo de participação no consumo e surge um novo ethos, voltado para valores hedonistas e lúdicos, tais como de auto realização e felicidade, que são buscados no ato de consumir. O homem deixa de investir em ideais coletivos e direciona seus interesses para ideais narcísicos (PINHEIRO, *op.cit.* p. 47).

Essas mudanças ocorrem quando a velha sociedade moderna que moldava seus soldados, produtores, se depara com a necessidade de absorção da produção deliberada em seu próprio âmago. Segundo Bauman (1999) hoje:

(...) a sociedade moderna tem pouca necessidade de mão-de-obra industrial em massa e de exércitos recrutados; em vez disso, precisa engajar seus membros pela condição de consumidores. A maneira como a sociedade atual molda seus membros é ditado primeiro e acima de tudo pelo dever de desempenhar o papel de consumidor. A norma que nossa sociedade coloca para seus membros é a da capacidade e vontade de desempenhar esse papel. (BAUMAN, 1999, p. 88)

Assim, conforme Hardt e Negri (2001) a passagem da “modernidade sólida” para a “modernidade líquida”, em função de uma regulação para o mercado, acaba reforçando um poder de “Estado-nação”, onde as relações entre a sociedade e a política, numa análise global, são regidas pelo consumo. Destarte, reafirmando-se as palavras de Canclini (1999), cuja assertiva é de que o ato do consumo passa a ser mais um “dever” do cidadão do que propriamente, um direito ou um prazer, configurando-se de tal forma uma politização para o consumo.

Na concepção de Pinheiro (2005), estando o indivíduo contemporâneo mais fragilizado no seu ego, devido à possibilidade do consumo lhe tirar a magnitude do seu ideal de *status* e poder, é o próprio consumo, por vezes, que dá a ilusão de preenchimento de vazios interiores, mas concomitantemente pode aumentar a sua impotência diante aos fatos reais.

A ideologia do consumo não provê um projeto identificador capaz de vincular as pessoas de uma comunidade entre si, com um ideal a ser realizado fora do indivíduo. Ela “paparica” seus membros isoladamente e lhes faz promessas de realizações plenas. Deste modo, confunde a realidade com as aspirações megalomaniacas do “ego

ideal” de cada um, que apresenta modos de pensar que desconhecem a falta e a diferença. (PINHEIRO, 2005, p. 48).

Para a autora, a publicidade estimula modos de pensar primitivos, que remetem ao narcisismo primário, em que a criança não fazia a diferenciação entre seu *ego real* e seu *ego ideal* (PINHEIRO, *op.cit.*, p. 48).

Então, diante das realidades expostas, como promover as estratégias autônomas para que ocorra agregação de valores aos produtos agrícolas a serem comercializados?

5.2. AS NOVAS TENDÊNCIAS MERCADOLÓGICAS NA PRODUÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE ALIMENTOS

O estudo se desenvolve transversal a várias tendências mercadológicas sobre a produção de alimentos, que são inúmeras, e podem influenciar na decisão da geração de produtos adaptados às novas maneiras de consumo. O capítulo prioriza um olhar sobre a inserção da agricultura familiar nos mercados de produtos agroalimentares e sobre a produção de alimentos feita em empreendimentos agroalimentares periurbanos. Para tanto, observa-se a promoção de estratégias autônomas de agregação de valor às matérias-primas agrícolas, por seus próprios produtores, considerando-se as perspectivas dos mercados em relação aos agentes econômicos.

Segundo Maluf (2004) há uma tendência tanto para a homogeneização quanto para diferenciação no consumo dos alimentos, cujos reflexos vão impactar no campo de produção. Por um lado, para grandes empreendimentos se observa a continuidade da concentração do processamento agroindustrial, visando atender certo tipo de mercado, por outro, as novas tecnologias propiciam a ocorrência maior escala de produção, as quais são acompanhadas da diferenciação dos produtos finais.

Uma das consequências dessa tendência tem sido o comprometimento da sobrevivência da agricultura familiar nas regiões e nas cadeias produtivas onde ela tem presença tradicional, como o demonstra a seleção que as grandes corporações promovem entre os agricultores integrados (...) De outro lado, a valorização de produtos com atributos diferenciados de qualidade cria novas oportunidades de mercado, muitas das quais acessíveis aos agricultores de pequeno e médio portes. (MALUF, 2004, p. 304)

Destarte, a inserção da produção agroalimentar a partir de estratégias autônomas criam novas possibilidades adequadas aos sistemas econômicos de pequeno porte. (MALUF; WILKINSON, 1999). E nesse mesmo contexto, note-se, também, que quanto mais a produção for diferenciada, mais agregará valor ao produto. (MALUF, 2004)

Atreladas a essas tendências de produção, configuram-se os apelos de *marketing*, de acordo com o tipo de exploração agrícola e o público a que se destina. Assim, se podem observar em que recursos foram embasados.

Destaca-se em função do estudo: a qualidade de insumos utilizados - com ênfase nos resíduos agrosilvopastoris, por exemplo; no tipo de embalagens; no padrão da comercialização, onde o que importa é a diferenciação do produto. Ou ainda, se pode optar por um composto de *marketing* único, o que significaria, neste último caso, desconsiderar as diferenças entre uma ampla gama de consumidores. Essa última seria uma estratégia que consiste em planejar uma imagem geral e aplicá-la num mercado indistinto. Podem-se considerar, antes de tudo, alguns fatores como o público alvo e o ciclo de vida do produto, o posicionamento da marca, que vão favorecer a escolha da estratégia de abordagem do consumidor (NEGRÃO; CAMARGO, 2008).

Dentre todos os fatores abordados como tendências, no campo da produção e distribuição dos alimentos, um deles se destaca por favorecer o escoamento de produtos para áreas metropolitanas e conjuntamente amparar a agricultura local, sendo também um fator de influência na qualidade dos produtos comercializados. Destaca-se, para tanto, o movimento denominado Locavorismo, que será apreciado de uma forma distinta, no capítulo a seguir.

5.2.1. O locavorismo

O locavorismo corresponde ao processo de cultivo e negociação de alimentos orgânicos em um raio de até 160 km - em média - (AZEVEDO, 2015), permitindo que essa classificação alimentar alcance as grandes metrópoles, ao mesmo tempo em que beneficia a agricultura local e familiar. Em relação à atividade locávora, destaca-se a expressão “*food miles*”, a qual serviu de base para alguns movimentos de ordem local para a produção e distribuição dos alimentos,:

Food miles é um termo cunhado por Tim Lang no início dos anos 1990 que refere-se a distância percorrida pelos alimentos durante seu processo produtivo e seus impactos ambientais. *Locavore* é a pessoa interessada em comprar e consumir alimentos produzidos localmente. (AZEVEDO, 2015, p. 81)

Esse tipo de exploração emergiu aproximadamente a partir do século XX, visa o consumo “*in loco*”, o qual evita impacto ao meio ambiente e limita o consumo, que era privilegiado em supermercados. Está aliado aos conceitos de agricultura, cultivo e consumo sustentável. Contrapõe-se ao conceito de modernidade, visto que surgiu na contemporaneidade

e é um movimento voltado para os aspectos territoriais dos hábitos alimentares e gastronomia locais dos *locavores*.

O conceito no Brasil para a classificação de produção local não é bem definida em relação aos limites geográficos, para a sua comercialização, mas levando-se em consideração a descoberta por alimentos saudáveis, essa perspectiva torna-se menos relevante. De acordo com Azevedo (2015), baseada em conceitos centrados em diferentes autores a amplitude coerentemente estabelecida fica abaixo de 160 km, podendo se estender até 440 km, sendo este último parâmetro, na construção desse estudo, um tanto desconexo dos propósitos locais. Consideram-se, também, para outras perspectivas de consumo, tendo-se em referência a concepção europeia, a delimitação em um raio, entre produção e consumo, num espaço de 45 à 80 km, cuja amplitude é significativa para a obtenção de um produto mais fresco, conforme Azevedo (*op. cit.*).

As ramificações da produção, para lugares que buscam escoar seus produtos para consumo localmente – que se classifica como Locavorismo, caracteriza-se por um espaço onde podem ocorrer a redução da logística, a observância dos critérios no uso de embalagens (devido à proximidade dos consumidores), cuja produção também pode demandar uma diminuição de resíduos sólidos para o ambiente, quando esses forem utilizados “*in loco*”. Os produtores, inseridos nesse processo, geralmente primam por incentivos à linha de produtos naturais, podendo promover vantagens, na lógica anticonvencional do que havia sido instituído e instigado pelo consumo, incentivado pelo *marketing*, por vezes nomeado como “*marketing verde*”, cuja “(...) ideia é problematizar até que ponto o posicionamento “verde” nas campanhas de *marketing* sustentam argumentos que se correlacionam a real prática das corporações.” (TAVARES; FERREIRA, 2012, p. 23).

Nesse contexto, o Locavorismo para Azevedo e Peled (2015) se apresenta como uma opção que pode atuar no mercado com uma roupagem ativista e/ou através da produtização da natureza (TAVARES et al, 2017).

Acrescenta-se ainda, que o estudo visa um aprofundamento nas questões subjetivas que envolvem o modelo de consumo “*in loco*”, que pode evitar impactos ao meio ambiente e limitar esse consumo aos fatores aliados aos conceitos agroecológicos, em busca de sustentabilidade. Esse tipo de consumo está no âmbito da Sociedade de Controle, na qual imperam as relações de poder, e se caracteriza por um capitalismo rizomático de acordo com Pelbart (2003) e Deleuze e Guattari (1995).

Neste cenário, verifica-se que o entorno do maciço da Pedra Branca é circundado de feiras orgânicas que estão distribuídas em redes e associações, e suas produções, em relação à distribuição, distam em quilometragens pertinentes às tendências locávoras, ou seja, o processo de comercialização é próximo à produção (AZEVEDO, 2015), distribuindo-se os produtos em feiras. Diante disso, entende-se que adquira dimensões comunitárias, cujos fatores observam-se nesse estudo. Segundo Cuervo (2015), “a feira” constitui-se de uma comunidade onde as dimensões culturais e sociais são de práticas significativas, nas quais a alimentação agroecológica é apreciada e trás uma preocupação em relação à qualidade, tanto para produtores como para consumidores, sendo possível perceber questões subjetivas presentes nos valores dessas relações, especialmente a de confiança.

Assim, compreendido o conceito de locavorismo e mediante as demandas apontadas, anteriormente, em função de produtores e consumidores, pode-se especular em função do contexto econômico-ecológico que envolve as relações entre eles.

5.2.2. Tendências para aplicação de novos modelos econômicos: um olhar para a comercialização de produtos na pós-modernidade

A respeito do pensamento ecológico versus o econômico-ecológico, surgiram novos parâmetros comerciais que, de certa forma, vem impactando as relações econômicas e de consumo na pós-modernidade. Destarte, propõe-se apresentar algumas similaridades aplicadas na contemporaneidade que possam ser pertinentes ao campo de estudo, bem como operam na racionalidade dos atores em polos distintos, em relação ao comércio instituído.

5.2.2.1. A Economia Circular

O tema economia circular surgiu há décadas, contudo o contexto das discussões de sua efetivação é mais atual, especialmente Brasil. O tema apareceu incisivamente, no cenário mundial, em 2012, quando a Ellen MacArthur Foundation publicou o primeiro de uma série de relatórios nomeados: “Em direção a uma economia circular”. A economia circular, que consiste em restaurar produtos, é um conceito criado na década de 70, que pressupõe a mudança do modelo econômico linear (extrair, transformar e descartar), referente à era da descartabilidade, onde tudo se liquefaz (BAUMAN, 2001). Nesse sentido, ocorrem outros paradigmas para a implantação de um modelo, no qual todos os tipos de materiais são elaborados para circular, de

forma eficiente e serem recolocados no ambiente, sem perda da qualidade (MCDONOUGH *et al.*, 2003; FISKEL, 2009; ELLEN MACARTHUR FOUNDATION, 2012). Nessa expectativa, ressalta-se, conforme Deleuze (1992), que o capitalismo contemporâneo global é rizomático e se expande para todos os lados, fazendo desaparecer, pouco a pouco, o possível desequilíbrio entre público e privado. Se o homem se apresenta com uma dívida em relação ao consumo das marcas, em contrapartida a sociedade como um todo, vem buscando alternativas para abrandar a crise ambiental através da aproximação de alguns setores econômicos. Nesse consenso, Vargas (2016) ressalta que há uma expansão do capital territorial que coloniza os espaços sociais, modelando as subjetividades dos indivíduos. Assim, segundo Camargo (2011), Felix Guattari trouxe para as relações de produção uma dimensão econômica e subjetiva. Portanto, essas novas atividades que foram incorporadas, como também o uso do capital humano e se transformaram na própria produção de subjetividade, agora gerada por esses setores mais atuais, que provavelmente vêm assegurando a reprodução econômica.

Destaca-se que a economia circular se divide em dois grupos de materiais, os biológicos e os técnicos. Os biológicos, que são desenhados para reinserção na natureza e os técnicos, que exigem investimento em inovação para serem desmontados e recuperados (AZEVEDO, 2015). Naturalmente, o estudo em questão reporta-se ao primeiro grupo, o biológico. Nesse ínterim, verificou-se que: “Nos últimos dez anos, o aumento dos resíduos está ligado às alterações nos padrões de consumo e descarte, superando a influência do aumento populacional em si.” (VILLELA, 2007, p. 65). Portanto, quaisquer estudos e ações no sentido de minimizar a destinação final de resíduos apontam para a descontinuação do processo de acúmulo de materiais. E, para tanto, com base na economia ecológica “A continuidade do desenvolvimento humano exigirá que a produção material se estabilize e depois decresça” (CECHIN; VEIGA, 2010, p. 29). Segundo Leitão (2015), a EC estimula a criação de novas práticas de gestão descortinando a valoração para novos empreendimentos que possam propiciar a harmonia com o meio ambiente.

Enquanto fonte de inovação ao nível de produtos, processos e modelo de negócio, e permitindo a redução da procura de recursos naturais com a recuperação de desperdícios e resíduos, este novo paradigma de sustentabilidade abre excelentes perspectivas a serem encaradas pelas empresas como alavanca e motivação para um crescimento com bases sólidas e com futuro, além das vantagens competitivas num mercado dinâmico e global, (LEITÃO, 2015, p. 1) .

Assim, Leitão (2015) desvela que a aplicação da EC pode ser uma solução prática em virtude da emergente crise de recursos do planeta e do excesso de poluição, acrescida de benefícios, para atenuação das crises ambientais, bem como, de outros problemas existentes, de natureza econômica e social.

Destarte, Nunesmaia (2002) preconiza a articulação das políticas de resíduos com as de produtos e de consumação, ou seja, a análise de ciclos de vida dos produtos em função da redução do consumo, e, ressalta que todos os países citam a prevenção no ápice da hierarquia, como prioridade na redução dos resíduos. Portanto, o estudo transcorre no sentido de promover a percepção das questões levantadas, relacionando-as pela junção dos conceitos referente ao consumo, ao CMI e seu desdobramento em Capitalismo Rizomático, à EC e aos resíduos de características específicas, como forma de alcançar um caminho rumo a ecoeficiência. Observa-se na figura 1 o diagrama sobre a transformação de resíduos em insumos, ou seja, os resíduos sólidos constituindo-se em novas matérias-primas. Na economia restaurativa e regenerativa, o que era fim, passa a ser um novo começo.

Figura 1: Diagrama da Economia Circular



Fonte: ECycle (2020)

Assim, de acordo com o diagrama da figura 1, nota-se que a ecoeficiência estaria associada à sustentabilidade, que se remete a outros paradigmas. Segundo Boff (2012), em sua visão singular, a sustentabilidade é uma questão fundamental, pois somente com ela o futuro da espécie humana no planeta Terra estaria assegurado. Portanto, para que ocorra a eficiência, ou seja, conseguir o melhor rendimento com o mínimo de desperdício pode-se atentar para o pensamento econômico-ecológico. Destacando-se, no entanto, que a economia ambiental pode incentivar o aparecimento de “*greenwash*”, que é uma prática cada vez mais usual nas empresas. Isso significa expressar que estes comércios ou empresas se “pintam de verde”, para ludibriar o consumidor que busca produtos e serviços menos agressivos ao meio ambiente e mais

responsável socialmente (BOFF, 2012). Esses são aspectos a serem observados, sob os quais incide o estudo, evidenciando-se a exemplo, que na natureza também pode ocorrer a produtilização a partir dos insumos gerados, os quais foram colocados como foco da pesquisa.

Nesse cenário, conclusivamente, a respeito do pensamento ecológico *versus* econômico-ecológico, pode-se resumir da seguinte forma:

(...) a economia convencional exclui a natureza como externalidade do processo econômico; a economia ambiental se preocupa em dar preço à natureza, com a tendência de vê-la como amenidade (uma ideia implícita na noção vulgar do “verde”); e a economia ecológica atribui à natureza a condição de suporte insubstituível de tudo o que a sociedade pode fazer. (CAVALCANTI, 2010, p. 11)

Dessa forma, a natureza, no âmbito dos resíduos agrosilvopastoris, estaria provavelmente inserida em um processo econômico ambiental e ecológico, contribuindo ambientalmente pela circulação de materiais, embora com traços econômicos não totalmente delineados. Em Weetman (2019) verifica-se que a economia circular teria como impulso a natureza, na qual o resíduo de uma espécie seria o alimento de outra, cujo somatório geraria energia. Processo no qual a Economia Circular: “movimenta em ciclos materiais e produtos valiosos, produzindo- os e transportando-os usando energia renovável”.¹¹

Assim, segundo Weetman (2019), o primeiro de uma série de relatórios da *Towards the Circular Economy* (2012)¹² trouxe novas contextualizações, apreciando as oportunidades econômicas e empresariais para um modelo circular. Do qual se ressalta um dos princípios:

Resíduos = alimentos: nos sistemas vivos não existe essa coisa de “resíduos” – os resíduos de uma espécie se tornam alimentos de outra espécie. Um coelho morto é devorado por mamíferos ou pássaros predadores, e o que sobra é absorvido como nutriente pelo solo. Podemos reduzir os resíduos, redesenhando os produtos para que sejam reutilizados ou desmontados no fim da vida, mantendo sempre os produtos e os materiais em seu mais alto patamar de valor. (WEETMAN, p. 51, 2019)

Além dessa visão sobre a recirculação de materiais, outros parâmetros em torno da organização por parte de produtores, no contexto das feiras urbanas, foram observados e serão explorados no próximo capítulo.

¹¹ CIRCULAR X Circular Economy: An Introduction. Principles of the Circular Economy. TU Delft with Ellen MacArthur Foundation, 2016. Disponível em: <courses.edx.org/courses/course-v1:DelftX+CircularX+1T2016/courseware/>. Acesso em: 20 mar. 2016.

¹²TOWARDS the Circular Economy: Economic and Business Rationale for na Accelerated Transition. Ellen MacArthur Foundation, 2012. Disponível em: <https:// www.ellenmacarthurfoundation.org/news/towardsthe-circular-economy>. Acesso em: 6 set. 2016.

5.2.2.2. A Economia Solidária

No cenário brasileiro, na contemporaneidade, marcada pela liquidez (BAUMAN, 2001), a exemplo de outros países, inicia-se a busca por alternativas de cunho econômico-ecológico que fomentem as questões do consumo em função da sustentabilidade.

A necessidade de defender a natureza e preservar a base material da civilização tornou-se finalmente consciente para a grande massa de cidadãos. É uma mudança revolucionária. (...) Os avanços tecnológicos são essenciais para conciliar alto padrão de vida com a sustentabilidade da sociedade. Mas talvez não bastem, o que nos obrigará a sacrificar alguns consumos. (SANTOS; MARIANO; PASSANEZI, 2003, p. 4)

Assim, no período em que a sociedade disciplinar adentra a sociedade de controle, na qual se insere a economia solidária percebe-se que “A transição da sociedade capitalista” à economia solidária já começou e avança diariamente, quando desempregados ou excluídos socialmente se organizam para produzir ou poupar coletivamente, de acordo com os princípios da autogestão (SANTOS; MARIANO; PASSANEZI, 2007, p. 4).

O capitalismo pós-moderno é pautado por um sistema que impulsiona o Capitalismo Mundial Integrado e o desloca em outras direções. Segundo Guattari (2001), os focos dominantes das formas de produção de bens e serviços se descentram para a produção de signos, de sintaxe e de subjetividade, por meio do controle que é exercido sobre a mídia e a publicidade. Assim, fatores como autonomia, liberdade, credibilidade podem advir do desdobramento do Capitalismo Mundial Integrado (Guattari, 1992) para um Capitalismo Rizomático (Pelbart, 2003), fluido e conexionalista, que se reinventa. No contexto da crise ambiental, as alterações relacionadas ao paradigma de sustentabilidade forçam a busca por estratégias viáveis em relação ao consumo, junto aos recursos da natureza. Dessa forma, ocorre uma situação na qual a sociedade exerce um protagonismo fundamental. Neste cenário efervescente, Pelbart (2003) destaca que a capacidade de conexão do trabalhador tornou-se indispensável à nova configuração produtiva, juntamente com outros elementos ligados as suas atitudes e articulações. Assim, (“...”) os trabalhadores tornam-se mais responsáveis pelo processo produtivo como um todo, menos alienados.” (PELBART, op. cit., p. 98). O autor ainda defende a ideia de que: somente equipes auto organizadas, que se controlem a si mesmas, possam desenvolver a criatividade e a autonomia.

Nesse panorama, a economia solidária aparece em um contexto formado por um conjunto de teorias e, de certa forma, faz parte do que chamamos terceiro setor, mas alguns intelectuais brasileiros discordam do contexto, porém não se pode negar a existência de um

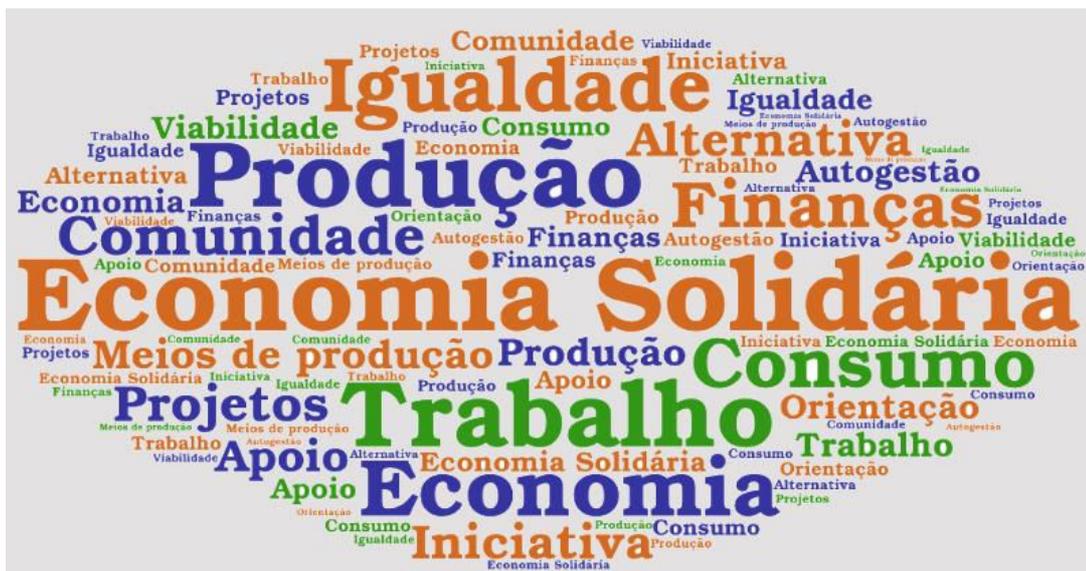
vínculo entre ambos (LECHAT, 2002a). “O termo terceiro setor, no uso corrente, é usado para se referir à ação social das empresas, ao trabalho voluntário de cidadãos, às organizações do poder público, privatizadas na forma de fundações e ‘organizações sociais’” (FALCONER, 1999, p. 1), que de certa forma se aproximam das atividades exercidas nas feiras. Ao se fazer referência à economia solidária, prescinde-se de diversas conceituações e terminologias, mas, para fins do estudo, a discussão fica restrita e reportam-se ao contexto nacional, cujo foco são as questões voltadas para as ações de consumo, a partir da solidariedade e da autogestão comunitária.

O conceito economia de solidaria, segundo Lechat (2002a), aparece pela primeira vez no Brasil em 1993, num texto do autor chileno Razeto (1993) que o concebe da seguinte forma:

(...) uma formulação teórica de nível científico, elaborada a partir e para dar conta de conjuntos significativos de experiências econômicas (...), que compartilham alguns traços constitutivos e essenciais de solidariedade, mutualismo, cooperação e autogestão comunitária, que definem uma racionalidade especial, diferente de outras racionalidades econômicas. (RAZETO, 1993 p. 40)

Nesse contexto, a figura 2, refere-se à uma nuvem de palavras sobre o tema economia solidária e traduz o conteúdo correspondente à uma oficina sobre o assunto, cuja imagem destaca alguns vocábulos, que fazem emergir o sentido conceitual da atividade.

Figura 2: Economia Circular



Fonte: Universidade do Estado de São Paulo (2017)

Na figura acima, além da interpretação conceitual, evidencia-se a lógica da solidariedade, a qual se centra na associação entre iguais em detrimento do contrato entre desiguais. Assim, fica compreendido que “A solidariedade na economia só pode se realizar se ela for organizada *igualmente* pelos que se associam para produzir, comerciar, consumir ou poupar.” (SINGER, 2002, p. 102). Tendo como princípio básico que todos tenham direito a mesma parcela do capital e, por consequência, o mesmo direito de voto em todas as decisões. Assim a economia solidária surge como alternativas de geração de emprego e renda, que envolve parcelas relativas aos temas da autogestão, que segundo Santos, Mariano e Passanezi (2003) engloba cooperativas, associações produtivas, clubes de troca, cooperativas de crédito, bancos do povo e outras instituições, mas também prima pela cogestão e cooperativismo (LECHAT, 2002b).

Dessa forma, segundo os autores, caracteriza-se por um contexto democrático, aplicado à autogestão onde o contexto cooperativista aparece como alternativa de desenvolvimento sustentado e possível embrião da ideia de economia solidária, como uma forma de superação do capitalismo (CMI), abrindo espaço para que emergjam as subjetividades. Nesse ínterim, Santos, Mariano e Passanezi (2003) percebem que “A economia solidária apoia ampla intervenção do Estado na macroeconomia para sustentar o crescimento da produção e do consumo, a pesquisa científica e sua aplicação prática etc.” (SANTOS; MARIANO; PASSANEZI, *op.cit.*, p. 5)

Destarte, foram delineados brevemente os formatos que compõem a economia solidária, que de alguma forma se configuram no contexto da pesquisa e da contemporaneidade,

explicitada anteriormente, ou se aproximam pela similaridade das ações empreendidas no campo de estudo.

Adiante, será detalhada a maneira como se busca aplicar uma metodologia, para que possa alcançar respostas plausíveis dentro deste segmento de estudo, pautado nos diferentes enfoques em torno das relações estabelecidas, no sentido de averiguar as ocorrências de diferentes dinâmicas, em função do consumo e dos resíduos agrosilvopastoris, tendo como pano de fundo a sociedade de controle.

6. METODOLOGIA

Neste capítulo está presente a metodologia que serviu de base para a construção do estudo. O objeto da pesquisa caracteriza-se pela investigação acerca da incidência de “*kits de subjetividades*” operando sobre produtores e consumidores verdes, que podem atuar, ou não, na politização do consumo e produtivização da natureza, onde a geração de resíduos sólidos estaria vinculada aos preceitos das práticas agroflorestais e orgânicas. O processo investigativo ocorreu a partir dos meados de 2018 até setembro de 2019.

A metodologia escolhida é a Análise de Conteúdos, com observância principal dos preceitos de Bardin (1997), que objetiva dar uma forma de tratamento aos dados da pesquisa. É uma pesquisa exploratória com caráter descritivo, com debate teórico implicando na interpretação da realidade local. Tendo como etapas a descrição, a inferência e a interpretação dos dados. A metodologia se baseia na pesquisa documental e bibliográfica, na definição do campo de atuação e nos procedimentos para aplicação da análise de conteúdos. Os elementos metodológicos são de origem qualitativa, e se baseiam na presença ou na ausência de determinados caracteres, e, quantitativa, pela observância da frequência com que surgem algumas características do conteúdo, segundo Bardin (*op. cit.*). O autor classifica que o objeto da análise é a inferência, que se procede por base nos indicadores de frequência ou com a ajuda de indicadores combinados de forma que, com os resultados, se possa reportar as causas e efeitos das características das comunicações.

A análise de conteúdos parte para um desvendar crítico, tendo como característica a interpretação dos significados dos fenômenos apresentados nas ideias manifestas, através da retórica e da lógica das questões investigadas (SELLTIZ, 1967). A partir da fundamentação teórica que se concentra nas propostas de conceito de liquidez, identidades, subjetividades,

pertencimentos, “modos de ser”, “modos de ter”, tendo como pano de fundo as ruralidades: produtores, consumidores e a geração de resíduos sólidos, no contexto da produção de orgânicos e da agroecologia, percebe-se a abrangência do estudo

A pesquisa pretende se estruturar nos questionários, abertos e fechados, diálogos e entrevistas, com atores do setor, na investigação psicossocial – inquirindo-os sobre a forma de utilização dos resíduos agrosilvopastoris, como também no conhecimento adquirido no exercício da especulação sobre a dinâmica da influência, proporcionada pela produção de “*kits de subjetividades*”, nas relações de consumo. Constituindo-se para este propósito em uma Análise de Conteúdos, estruturada à luz dos conceitos de Bardin (1997) e Becker (2007), para melhor compreensão do estudo nas bases psicossociológicas. Segundo Bardin (*op. cit.*), o tratamento de dados corresponde a uma codificação dos mesmos, que resulta em uma transformação de dados em bruto, que por recorte, agregação e enumeração, proporcionarão uma representação do conteúdo investigado, ou de sua expressão, para esclarecimento e análise das características dos textos explorados. Serão apreciadas categorias de análise de acordo com os temas-eixo, tratados nas entrevistas/questionários de acordo com a pesquisa. A pesquisa teórica, baseada na interpretação da sociedade na pós-modernidade no mundo líquido moderno, fez com que o estudo fosse pautado na categorização dos dados a partir das pesquisas bibliográficas e documental, que se seguem.

6.1. CORPUS DOCUMENTAL

Foi feito de modo a elucidar o conteúdo expresso nos documentos escolhidos através da busca por documentos primários que pudessem enriquecer conteúdo da pesquisa, artigos e livros no Brasil e no exterior, que trouxessem uma metodologia interdisciplinar que alcançasse o tema proposto. O estudo se insere num espesso cenário de abordagens, paradigmas, métodos e metodologias que contribuíram para alicerçar a apresentação dos dados colhidos e as discussões dos resultados.

6.1.1. Pesquisa Bibliográfica

A revisão bibliográfica foi escolhida de acordo com a relevância do tema, centrada na liquidez de Bauman (1999), e paralelamente na sociedade de controle (DELEUZE, 1992), onde impera o Capital Mundial Integrado (GUATTARI, *op. cit.*) e com base no arcabouço teórico de Fred Tavares. Estrutura-se através de diálogos entre os pensadores elencados no referencial teórico, com base na literatura de cunho psicossocial, filosófico, e multidisciplinar, de modo a perpassar por muitas disciplinas e pesquisas, englobando várias correntes de pensamentos e atendendo as demandas do estudo. A opção pelos autores centrou-se nos conceitos intrínsecos da pós-modernidade, nos argumentos relativos às comunidades nacionais, nas diferentes formas de consumo e consequente geração de resíduos e, sobretudo, por um olhar psicossocial sobre produtores e consumidores, de acordo com as novas tendências mercadológicas e as subjetividades que existem subliminarmente neste campo. A análise tem como contingência as relações de ordem psicossocial entre produtores e consumidores, desvelando as subjetividades presentes em relação à produção “verde”, que por vezes, geram a indução de agenciamentos coletivos de enunciação, a partir de devires imperceptíveis, sensibilidades e mutações afetivas (GUATTARI, 1992b; ROLNIK, 2000) que podem produzir subjetividades (ROLNIK, 1997; TAVARES, 2016) evidenciadas por modelagens marcárias, ou seja, marcas que criam identidades psicossociais de consumo (TAVARES 2016; PONTES; TAVARES, 2017a), dentro da concepção do capitalismo rizomático (PELBART, 2003). Ademais, levou-se em consideração a bibliografia referente ao campo de estudo a apresentar-se na sua definição.

6.1. 2. Pesquisa Documental

Foi elaborada levando em conta a constituição das redes agroecológicas/orgânicas localizadas na zona oeste, mais precisamente a partir da área urbanização até a zona de amortecimento do Maciço da Pedra Branca e elementos de difusão da produção em diferentes extensões constituídas dentro da padronização de feiras orgânicas, de modo a atender a demanda “verde” local. Para efeitos do entendimento das subjetividades presentes e aspectos psicossociais que envolvem a comunidade, contando, como elemento da pesquisa, o acervo documental e cultural da região, expresso no capítulo referente ao campo de atuação.

Dentre as associações que vêm se destacando nesse processo de mobilização temos a Associação de Produtores do Rio da Prata (AGROPRATA), Associação de Agricultores de Vargem Grande (AGROVARGEM) e a Rede de Agricultura Urbana (REDE CAU), focos da nossa pesquisa, pois são responsáveis por conduzir o diálogo entre os agricultores e agricultoras

e o meio que os envolve. Destacamos a participação desses grupos nos circuitos de feiras orgânicas do Rio de Janeiro. Entre os produtos da agricultura da Pedra Branca, destacam-se o vinagre de caqui, a banana e o caqui-passa orgânicos. Da mesma forma, o cultivo da banana e de outras culturas em meio a remanescentes de Mata Atlântica pela AGROVARGEM, proporcionou recentemente a emissão da primeira Declaração de Aptidão ao PRONAF (DAP) entre esse grupo de agricultores. O Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (PRONAF), segundo o Banco Central do Brasil (2019), visa estimular a geração de renda e melhorar o uso da mão de obra familiar por meio de financiamento de atividades e serviços rurais agropecuários e não agropecuários desenvolvidos em áreas rurais e comunitárias próximas. Os saberes tradicionais sobre as plantas medicinais, no contexto de implantação da Política Nacional de Plantas Medicinais e Fitoterápicas, também têm fortalecido e reunido as associações (PRADO; MATTOS; FERNANDEZ, 2012). Toda esta participação desses agricultores não superou o processo de invisibilidade que permeia as atividades campesinas brasileiras, uma vez que essas práticas reconectam as localidades e os moradores urbanos aos diferentes padrões da natureza, gerando sociabilidades que os livram do isolamento e do individualismo preponderantes nas grandes cidades. A REDE CAU vem articulando importantes parcerias, segundo Prado, Mattos e Fernandez (2012), como, por exemplo: em três projetos de assessoria - Projeto Semeando Agroecologia, da AS-PTA (Agricultura Familiar e Agroecologia), PROFITO Pedra Branca (Projeto Agroecológico do Núcleo de Gestão em Biodiversidade e Saúde de Farmanguinhos - NGBS), da FIOCRUZ, e o Programa de Extensão Ampliação e Fortalecimento das Atividades Agroindustriais dos Agricultores da Pedra Branca, vinculado à Universidade Federal Rural do Estado do Rio de Janeiro (UFRRJ) – e da Rede Ecológica (Grupo de compras coletivas de produtos orgânicos). Onde tal iniciativa recebeu a denominação de Mutirão Pró-DAP. Destacando-se a participação dos Quintais Agroflorestais (FIOCRUZ, 2018), cujos produtores encontram-se inseridos nas feiras de orgânicos que foram observadas.

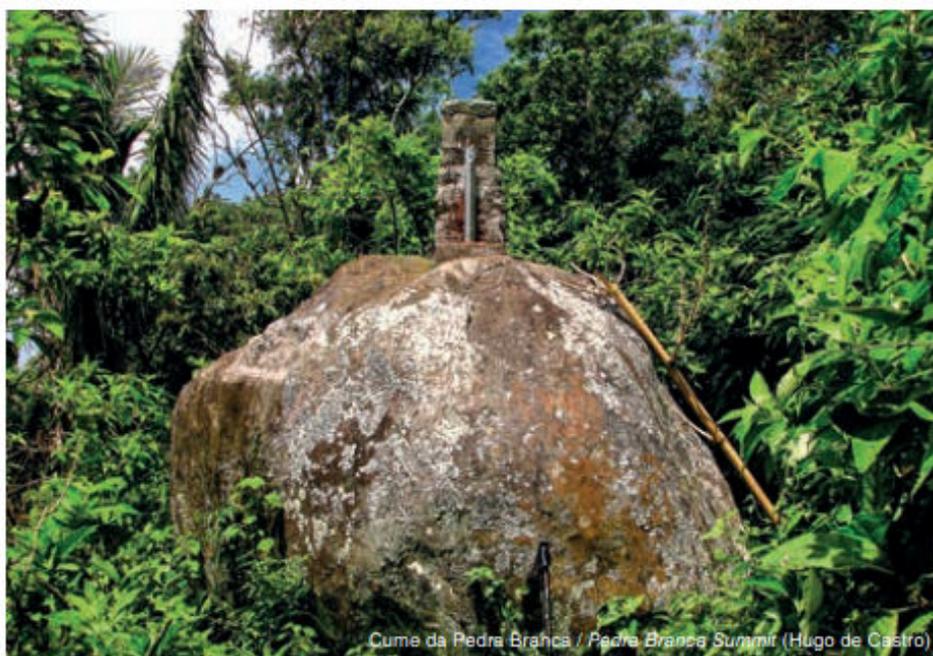
6.1.3. Definição do Campo de Atuação

O campo de atuação abrange à área relativa ao entorno do Maciço da Pedra Branca, mais precisamente a área de amortecimento da Unidade de Conservação conhecida como Parque Estadual da Pedra Branca, localizado na Zona Oeste do Rio de Janeiro, RJ, Brasil

(INEA, 2013). No local são desenvolvidas atividades de agricultura familiar e orgânica, que são expressas por preceitos agroecológicos, é considerada uma reserva extrativista, sendo utilizada por populações tradicionais, cuja sobrevivência é obtida do extrativismo, agricultura de subsistência e criação de animais de pequeno porte. Dentre estas atividades, constituiu-se em Redes Agroecológicas/orgânicas, que absorvem os resíduos sólidos, e, fomentam o escoamento da produção, que ocorre através de feiras orgânicas/agroecológicas no entorno do maciço. Essa comercialização é considerada próxima. Está baseada em conceitos de diferentes autores centrados no locavorismo, mas há uma delimitação correspondente a uma amplitude preestabelecida em torno de 160 km, entre o local da produção e o local de comercialização, mas podendo se estender até 440 km, em outras referências. As medidas fixadas por Azevedo (2015) abrangem a extensão estabelecida para o comércio a partir do Parque. Assinalando-se que no Brasil, para a classificação de produção local, não está bem definida em relação aos limites geográficos para a comercialização (AZEVEDO, *op. cit.*).

O Parque Estadual da Pedra Branca (PEPB) que é regido pelo Sistema Nacional de Unidades de Conservação da Natureza (SNUC, 2019). Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2017) é o maior parque urbano do mundo. Esta área de floresta foi transformada em parque estadual em 1974 e está circundada por vários bairros de acordo com a Figura 7. O Parque (PEPB), segundo o INEA (2013) é uma unidade de conservação ainda pouco conhecida pelas pessoas, possui grandes áreas verdes urbanas, há neste contexto uma vocação de aproximar os moradores do entorno, sobre a importância ambiental inerente à área, possibilitando a criação de relações afetivas dos cidadãos com estas áreas protegidas. Possui 12.393,84 hectares e cerca de 80 quilômetros de perímetro, o PEPB é considerado uma das maiores florestas urbanas do mundo, porque está totalmente inserida dentro dos limites do município do Rio de Janeiro (INEA, *op. cit.*). O PEPB, no maciço da Pedra Branca, é recoberto por florestas ou, se não, se apresenta em fase de reflorestamento, está encravado na zona oeste da cidade. A figura 3 representa o cume da Pedra Branca (INEA, 2013). O Parque foi criado em 28 de junho de 1974 pela Lei Estadual nº 2.377. Sua biodiversidade é rica em ecossistemas naturais, bem como possui mananciais que abastecem parte da população da cidade e os empreendimentos agropastoris.

Figura 3: Cume da Pedra Branca



Fonte: INEA (2013)

Hoje, de acordo com Prado, Mattos e Fernandez (2012), o Parque faz parte do Mosaico Carioca de Unidades de Conservação, instituído pelo Ministério do Meio Ambiente, e também está inserido na Reserva da Biosfera da Mata Atlântica (2018), reconhecida pela UNESCO. O percurso da agricultura nesta localização da cidade do Rio de Janeiro possui um traço histórico. Ocupou uma área significativa da Zona Oeste do município e foi um polo relevante de abastecimento agrícola da capital. A região era conhecida como o “Sertão Carioca” e ainda possui características de um passado rural que se confirma pelas atividades que lá ainda são empreendidas. A figura 4 mostra o antigo mapa da região. De acordo com Pedro, Mattos e Fernandez (2012), esta área vem passando atualmente por um processo de fortalecimento de experiências e práticas agroecológicas que são reinventadas, ao sabor do CMI (Guattari, 1992), que se desdobra em capitalismo rizomático (PELBART, 2003) e ganham espaço na região a partir do protagonismo dos agricultores e das várias redes as quais estão inseridos.

Figura 4: O Sertão Carioca



Fonte: VozeRio (2015)

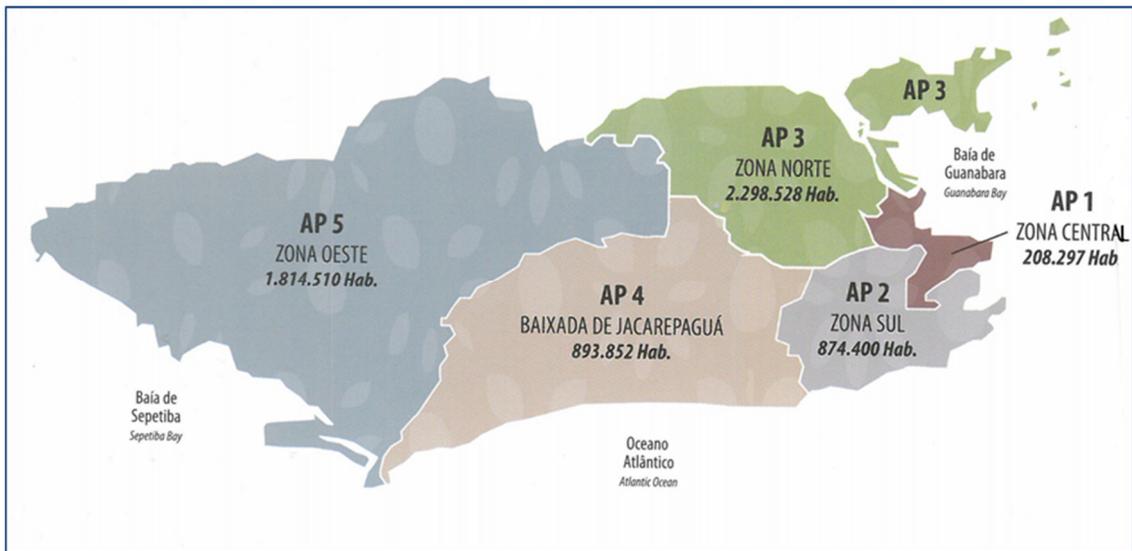
O Sertão Carioca surgiu a partir das publicações de artigos no Jornal Carioca (Correio da Manhã/1931-1932). Foram reportagens colhidas dos trabalhos de campo realizados por Armando Magalhães Correa, ilustrador e naturalista autodidata, conservador do Museu Nacional, em 1930. (VOZERIO, 2015)

Apesar dos caracteres urbanos que permeiam o local, a atividade agrícola é presente na região e detém relevância econômica e social para a manutenção de famílias de agricultores que lutam para manter suas territorialidades e modos de vida específicos. Ainda que sofram com a expansão urbana e com as transformações nas relações de produção e de mercado e, com as restrições de órgãos ambientais, que se orientam por questões conflitantes entre a presença humana e a conservação da natureza, agricultores e agricultoras têm se mobilizado em busca de reconhecimento da prática agrícola realizada em espaços da cidade e sua inserção no âmbito das políticas públicas voltadas para a agricultura familiar (PRADO; MATTOS; FERNANDEZ, *op. cit.*).

Para melhor entendimento da proposta, seguem-se adiante as Áreas de Planejamento do Município do Rio de Janeiro. Atualmente, o Município do Rio de Janeiro é dividido em quatro regiões geográficas comumente conhecidas como: Centro, Zona Norte, Zona Sul e Zona Oeste. Porém por requisitos de ordenamento urbano na administração municipal, foi feita uma divisão setorial para fins de planejamento (1981). O Rio de Janeiro passou a adotar a codificação institucional das Áreas de Planejamento, conhecidas por “AP”, das Regiões Administrativas,

conhecidas por “RA”, quando se oficializou os limites dos bairros (ALVES, 2007). Seguiram-se algumas modificações em função dos novos bairros que surgiram, porém, atualmente, o município conta com cinco Áreas de Planejamento, conforme mostra a figura 5, onde três delas serão analisadas. A Cidade possui 33 Regiões Administrativas e 160 bairros de acordo com o Planejamento Urbano da Cidade do Rio de Janeiro.

Figura 5: Áreas de Planejamento do Município do Rio de Janeiro



Fonte: Rio de Janeiro (Município) (2012)

A seguir, na figura 6, pode-se observar o mapa de localização da área de estudo em relação aos estados membros da República Federativa do Brasil.

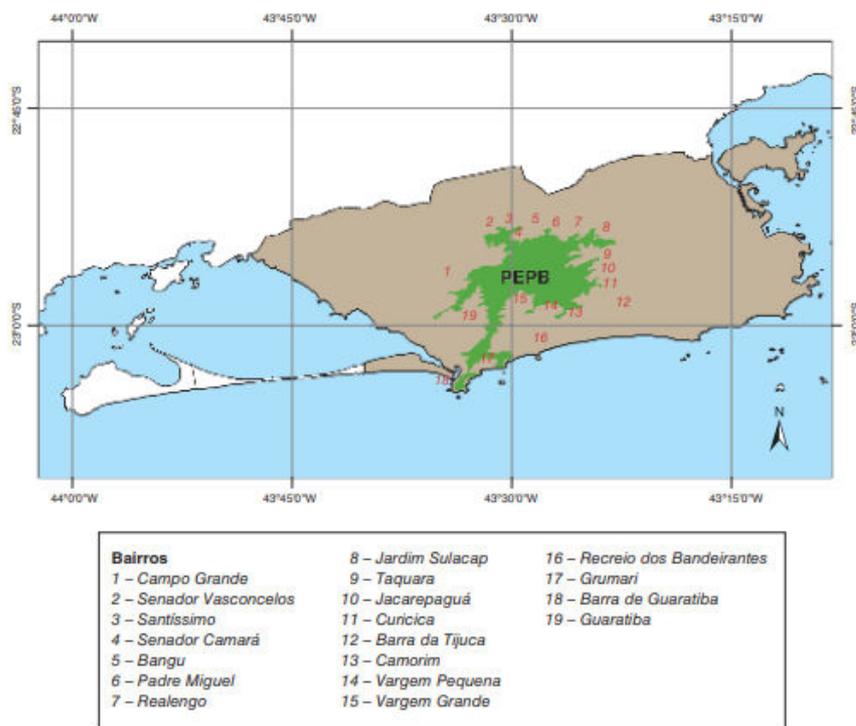
Figura 6: Mapa de localização do Parque Estadual da Pedra Branca no município do Rio de Janeiro, RJ



Fonte: Federação de Esportes de Montanha do Estado do Rio de Janeiro – FEMERJ (2019)

Para efeito desse estudo, comparando-se as figuras 5 e 6, torna-se visível que o escoamento da produção agrícola do entorno do PEPB situa-se nas respectivas Áreas de Planejamento 2, 4 e 5 (AP2, AP4 e Ap5) selecionadas, para onde serão direcionadas as diretrizes de avaliação das feiras pertinentes a essas áreas. Ainda verificou-se que o entorno do Maciço da Pedra Branca é constituído por 19 bairros de acordo com a FEMERJ (2013), de acordo com a figura 7, onde aparece a localização dos referidos bairros no entorno do PEPB, que são respectivamente os seguintes: Campo Grande; Senador Vasconcelos; Santíssimo; Senador Camará, Bangu; Padre Miguel, Realengo; Jardim Sulacap; Taquara; Jacarepaguá, Curicica; Barra da Tijuca; Camorim; Vargem Pequena; Vargem Grande; Recreio dos Bandeirantes; Grumari; Barra de Guaratiba.

Figura 7: Mapa de localização dos bairros no entorno do PEPB



Fonte: INEA (2013)

Reconhecidas as localizações dos bairros destacados na figura 7, aprecia-se, para efeitos de desdobramento da metodologia, a figura 8, cuja ideia consistiu no destaque para as feiras que foram inicialmente observadas, de acordo com escoamento da produção agrícola a partir do PEPB, que são respectivamente as feiras do Rio da Prata, Campo Grande, Vargem Grande, Freguesia e UERJ. Esta distribuição se concentra nos princípios do Locavorismo.

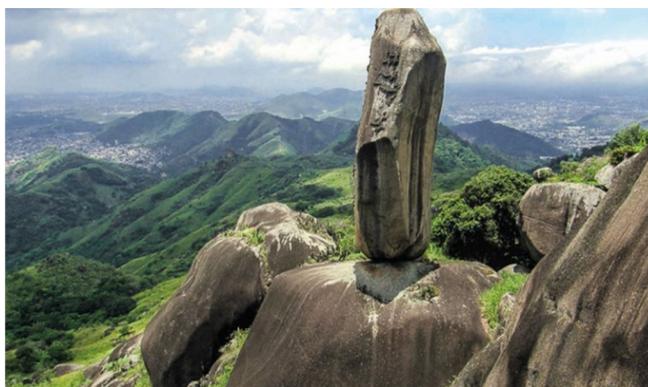
Figura 8: PEPB escoamento da produção agrícola para as feiras



Rio da Prata



Campo Grande



PEPB



UERJ



Vargem Grande



Freguesia

Fonte: Elaboração da autora

De acordo com os prognósticos do projeto de pesquisa supôs-se que o quantitativo de produtores seria alcançado com o recorte acima apresentado. Contudo, como há um revezamento de produtores nas feiras. O fato, a princípio, dificultou alcançar a totalidade dos questionados. Optou-se, então, buscar mais agricultores no campo de pesquisa, adicionando-se mais uma feira orgânica, na Praça do Ó, do mesmo circuito de Feiras de Feiras Orgânicas, na Barra da Tijuca. Ademais, foi dada a continuidade da pesquisa através de visita aos Quintais Agroflorestais da Colônia Juliano Moreira, uma iniciativa da FIOCRUZ, em Jacarepaguá, e por

último foi visitada a AGROPRATA, Associação dos Agricultores Orgânicos da Pedra Branca, no Rio da Prata em Campo Grande, conforme a figura seguinte (Figura 9).

Figura 9: PEPB locais de escoamento da produção agrícola



Fonte: Elaboração dos autora

Em referência a todos os casos apontados na figura 9, pode-se afirmar que as características da pesquisa em nada foram alteradas, somente ampliou-se o campo de atuação.

6.2. COLETA DE DADOS

A coleta dos dados foi realizada diretamente com os produtores nas respectivas feiras e pontos elencadas no estudo, ressaltando-se o fato de que, o quantitativo de produtores não foi atingido plenamente nos locais de comercialização. Buscou-se, então, por opções adicionais, mas dentro do contexto locávoro, visitou-se também, alguns Quintais Agroecológicos da Colônia Juliano Moreira, cujos agricultores estavam inseridos na Rede CAU e, por fim, coletaram-se dados em uma reunião da AGROPRATA, cujos produtores compareceram na sua totalidade, permitindo compor o número de consultas previstas nas expectativas do projeto de pesquisa. Quanto ao quantitativo de consumidores foi obtido diretamente nos locais visitados. Assim, delineou-se o quantitativo pesquisado de acordo com a tabela 1, exposta abaixo. As

entrevistas também foram realizadas na zona de concentração das feiras ou em reuniões dos grupos de trabalho, fator que restringiu a gravação das conversas devido ao barulho nos ambientes onde foram estabelecidos os diálogos. As demais etapas transcorreram de forma normal, de acordo com a análise de conteúdos e a categorização explicitada a seguir.

Tabela 1: Distribuição de consumidores e produtores investigados na pesquisa por localização

DISTRIBUIÇÃO INVESTIGATIVA E QUANTITATIVA DA PESQUISA		
CAMPO DE ATUAÇÃO	PRODUTORES	CONSUMIDORES
Rio da Prata	oito	26
Campo Grande	três	cinco
UERJ	cinco	15
Freguesia	oito	22
Vargem Grande	10	21
Quintais Agroecológicos/ C.J.M.	cinco	cinco
Associação AGROPRATA	nove	-
Praça do Ó/ Barra da tijuca	dois	seis

Fonte: Elaboração da autora

6.2.1. A aplicação da análise de conteúdos e a categorização

De acordo com Becker (2007) em geral foram consideradas as categorias *a priori*, ou seja, aquelas pré-estabelecidas. Primeiramente, serão empregadas as unidades de análise com base nas palavras-chave e nas questões norteadoras, identificando os assuntos abordados definindo as categorias de análise. Em seguida, será feita a seleção do material para análise, com base nas feiras compreendidas nos setores da REDE CAU, da AGROPRATA e da AGROVARGEM e do Circuito de Feiras Orgânicas do Município do Rio de Janeiro. Foram criados critérios para a coleta de dados a partir de procedimentos metodológicos de acordo com Bardin (1997) cujas características podem ser quanti-qualitativas, através do estabelecimento das categorias predominantes no estudo, fundadas nos pilares dos temas: “produtores”; “consumidores” e “resíduos sólidos”, com as ocorrências para “aproveitamento” ou “não aproveitamento dos resíduos”, constituindo-se em quatro categorias. Dentre as categorias de produtores e consumidores foram verificadas a ocorrência ou não de “politização do consumo” (PORTILHO, 2005a) com observância de haver ou não uma “produtização da natureza” (PONTES; TAVARES, 2016; PONTES, 2015), estas como subcategorias. O processo se deu a partir de questionários abertos e fechados, como também as entrevistas e informações pautadas nos diálogos entre os atores sociais no campo de atuação. Posteriormente foram feitos registro

e classificação das informações dentro da metodologia adotada, com objetivo de evidenciar o posicionamento desses atores em relação às questões de cunho socioambiental, mais precisamente suas disposições em relação ao “consumo verde”, os possíveis surgimentos de modelagens marcárias e o entendimento obtido na utilização dos resíduos agroflorestais, no contexto da proximidade de uma unidade de conservação.

Quanto aos sujeitos da pesquisa e os critérios de seleção que compreendem mais precisamente os produtores, foram incluídos àqueles que produzem e fazem a comercialização da sua produção. As consultas foram feitas nas feiras e sempre que possível, possivelmente estendidas ao campo de plantio, uma vez que o acesso aos produtores se dá pelo contato no local da comercialização. Entre os consumidores foram consideradas preferencialmente as manifestações daqueles que primam pelo consumo orgânico e/ou agroecológico. Também se constituíram em alvo da pesquisa as entidades Rede CAU, AGROPRATA e AGROVARGEM, respectivamente constituídas em uma rede e associações de influência entre produtores. Aqueles que não produzem e não consomem tais produtos não foram considerados na análise em questão, alicerçada sobre as questões comportamentais desses atores, sob a ótica do ativismo alimentar e /ou pela produção de modelagens marcárias incentivadas pelo *marketing* de alimentos.

O planejamento da pesquisa abrange as seis feiras orgânicas e /ou agroecológicas da zona de amortecimento ao entorno do P.E.P.B. – celeiro de produção com base em preceitos agroflorestais e orgânicos, onde atuam os produtores que também podem estar interligados à Rede CAU, AGROPRATA e AGROVARGEM, distribuídos nas respectivas áreas de planejamento: AP5, AP4, (Zona Oeste) e AP2 (Zona Norte) consideradas mais expressivas em relação à apreciação do estudo, cujas localizações geográficas favorecem o escoamento da produção setorizada, configurando-se também uma atividade locávora, de acordo com Azevedo (2015), cujo raio no entorno do P.E.P.B. configura-se em torno dos 160 km previstos pela autora.

Na categorização foram observados os sujeitos segundo suas vivências, permitindo que através da análise fossem qualificadas as suas percepções acerca do objeto do estudo. Foram analisados, para tanto, os textos emitidos a partir dos questionários e nas falas compreendidas nas entrevistas. Procedeu-se a Análise de Conteúdos (BARDIN, 1997), constituindo-se de uma pré-análise, de uma exploração do material ou codificação e, posteriormente, foi feito o tratamento dos dados ou interpretação. Foram aplicados questionários semiestruturados, num

total de 50 questionários para produtores e de 100 questionários para consumidores por feiras e locais selecionados, e quatro entrevistas direcionadas aos representantes da Rede CAU, AGROPRATA e AGROVARGEM e da representação da Comissão de Produção Orgânica/RJ. Na fase preliminar foi esgotado o universo das questões da pesquisa, constituindo-se em “categorias iniciais” (BARDIN, *op. cit.*). A codificação do material foi configurada através dos significados expressos pelas percepções acerca das representações, crenças e tradições e tudo mais alcançado na comercialização e consumo destes produtos. Para o autor, essa codificação corresponde à redução do texto, a partir de regras previamente formuladas. Assim, partiu-se para a fase final, onde os dados brutos passaram às informações válidas, resultando nas “categorias finais”. A partir desse entendimento, constituíram-se as formulações prévias dos modelos de questionários e entrevistas direcionados para os sujeitos da pesquisa. A proposta de questionamento para produtores e consumidores e representantes das redes, consistiram, inicialmente, na identificação das pessoas através de seus nomes, gêneros, faixa etária e grau de escolaridade. Para produtores tornou-se interessante destacar alguns elementos em função da pesquisa: qual o tempo de atuação no ramo; como se caracterizava a atividade; como se dava a continuidade das atividades através das gerações; qual era o tempo dedicado nas ações realizadas; há quanto tempo se relacionavam com a Rede CAU, AGROVARGEM e AGROPRATA; como era compreendida a questão da inserção dos preceitos agroecológicos; investigar se foi feito um estudo no sentido de ter uma produção agroecológica com adubação de origem orgânica; como se deu o aproveitamento dos restos de cultura e de animais na produção; como se deu o consumo (daquilo que produzem) sob a influência do marketing dos produtos orgânicos/agroecológicos; como era entendida a questão do ativismo alimentar em referência aos modismos referentes às práticas agroecológicas.

Para os consumidores foram feitas perguntas específicas sobre: como foi o acesso aos produtos agroecológicos/orgânicos; como se deu o conhecimento sobre o aproveitamento residual (adubação) nas culturas plantadas e vendidas aqui; qual foi a finalidade de incorporação desse tipo de alimentação (em relação à redução da disposição de resíduos na natureza) e o que ela representava; qual era a frequência do consumo desses produtos e por qual período de tempo se deu essa opção; Como se procedeu à alimentação com orgânicos/ agroecológicos (se exclusivamente ou variada); como eram entendidos os termos “orgânicos” e “agroecológicos”; como eram as sensações de consumir produtos considerados “verdes”; como se deu a busca de informações sobre esses produtos; como as campanhas em torno do consumo de produtos “verdes” influenciavam nas escolhas pelos mesmos; como se deram as questões de

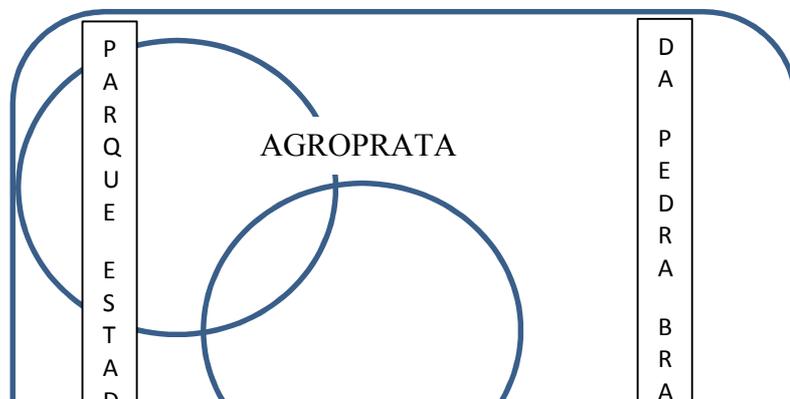
confiabilidade existentes entre consumidores e produtores em relação ao tipo de adubação usada (adubação orgânica e /ou adubação química); como era a expectativa desse consumo alternativo em relação à diminuição de resíduos de ordem orgânica no ambiente, pediu-se para resumir uma imagem (referente aos resíduos orgânicos) em uma só palavra,

Reservaram-se aos representantes da associação e da rede os seguintes questionamentos: como surgiram a AGROPRATA, AGROVARGEM e a Rede CAU; como se dava a relação de pureza e segurança dos alimentos comercializados; quais eram as alternativas orgânicas e agroecológicas utilizadas para a adubação na produção; como se dava a relação de representatividade entre os sujeitos constituídos; como se foi a percepção da veiculação de propagandas a respeito das grifes (marca distintiva) “verdes”; como eram representados os termos “agroecológico” e “orgânicos”, na concepção da associação; como foi constituída as redes de relacionamentos com os atores afins; como se dava a certificação entre os produtores e se esses estavam cadastrados; em relação ao quantitativo de produtores, como se comportaram no ano corrente. As mesmas questões foram colocadas para análise da representante da Comissão de Produção Orgânica/RJ.

Após a aplicação dos questionários, e realização das entrevistas com os sujeitos da pesquisa, foram determinados os recortes para a delimitação das categorias iniciais, intermediárias e finais (BARDIN, *op. cit.*). Estas resultaram na explicitação das questões respectivas às propostas que se resumem no perfil dos participantes e no conhecimento adquirido dos mesmos, em relação ao assunto. Assim, também foram desveladas as relevâncias da produção e do consumo advindos do entorno do P.E.P.B. Finalmente, após a organização dos itens e informações verificadas, puderam-se inferir os dados sobre a ocorrência de modelagens marcárias, que através de agenciamentos, provavelmente definiram a ocorrência de uma produtização da natureza e/ou de uma politização para o consumo, ou não.

Em resumo, a categorização foi usada para descrever e interpretar o conteúdo de documentos e textos, segundo Moraes (1999), tendo como matéria prima qualquer material oriundo de comunicação verbal e não verbal. Foram categorizados os objetivos da pesquisa, e, a análise se deu de acordo com as orientações em torno das questões da pesquisa. O método foi desenvolvido a partir: da preparação das informações; unitarização ou transformação do conteúdo em unidades; categorização propriamente dita, com a classificação das unidades em categorias; descrição e interpretação dos dados (MORAES, 1999). A Figura 10, a seguir, explicita o modelo para a aplicação da metodologia para produtores e consumidores.

Figura 10: Modelo para a aplicação da metodologia



REDE CAU

Fonte: Elaboração da autora

7. ANÁLISE DOS RESULTADOS

A partir dos questionários para produtores e consumidores foi feita uma análise por segmento, bem como as entrevistas com as redes sociotécnicas locais. Primeiramente, foi

explicitado o título da pesquisa e os aspectos primordiais, explorando a possibilidade de que os resíduos de origem agrícola ou agrosilvopastoril poderiam ter uma correlação com possíveis questões de politização do consumo e/ou produtização da natureza, sobre a influência dos “kits de subjetividades” no caso dos agricultores e sua clientela no entorno do Maciço da Pedra Branca. No mesmo documento onde se apresentaram os questionários, se delineou os objetivos no sentido de fazer algumas reflexões sobre as novas significações dos resíduos na lógica do consumo, onde se indicou, também, que a pesquisa estava vinculada ao Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (UFRJ), que discute temas como sustentabilidade e consumo. Na ocasião da coleta de dados foi apresentado Registro de Consentimento Livre e Esclarecido, obtido no Comitê de Ética da instituição. A pesquisa transcorreu de forma a observar as referidas questões, através de indagações emitidas para um quantitativo de cinquenta produtores, com consumidores e alguns representantes dos segmentos das associações, do poder público e sociedade civil, engajados no tema do estudo.

7.1. ANÁLISE DE RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO PARA PRODUTORES

Nessa proposta de avaliação foram disponibilizados, sempre que possível, os índices percentuais para as diferentes categorias pesquisadas, de modo a alcançar com maior precisão os indicadores da pesquisa, de acordo com a necessidade.

Mais adiante, avaliaram-se as seguintes questões com suas respectivas interpretações, de modo a estabelecer um perfil dos entrevistados.

Quanto à faixa etária dos produtores, dez por cento deles se encontram entre 20 e 35 anos, 22 por cento entre 36 e 45 anos, 50 por cento entre 46 e 65 anos, e 18 por cento acima de 65 anos. Nota-se que a maioria deles se encontra em uma faixa considerada bem madura e o fator surpresa ficou por conta do valor estimado para a faixa etária que compreende a terceira idade com um percentual bem significativo. Em tese, estes trabalhadores deveriam se aposentar com uma determinada idade, mas a pesquisa não explorou este fator.

Quanto ao gênero dos mesmos, averiguou-se entre os produtores os seguintes parâmetros: 48 por cento relativos ao gênero masculino; 50 por cento se reportaram ao gênero feminino e dois por cento, correspondem aos outros não identificados. Destacando-se a hegemonia das mulheres nas atividades.

De acordo com o grau de escolaridade constatou-se que 40 por cento dos produtores tinham concluído o ensino fundamental, 33 por cento alcançaram o ensino médio, 18 por cento tinham completado o ensino superior e apenas oito por cento chegaram à pós-graduação e apenas uma pessoa relatou ausência de escolaridade. Entretanto, esses produtores, revelaram-se com muita sabedoria, em relação ao conhecimento tradicional, em função do trato com as culturas agrícolas.

Em relação ao tempo de atuação no ramo, estimou-se o percurso das atividades em quatro categorias, onde se obteve os seguintes resultados: iniciaram suas atuações no ramo em 20 por cento dos casos, em menos de cinco anos; enquanto 28 por cento desenvolveram suas tarefas até dez anos; outra parcela, de oito por cento, operou num período até 15 anos e, a grande maioria está na ativa por mais de 15 anos, estimando-se nesse último caso em 44 por cento do total de entrevistados, demonstrando boa aplicabilidade aos serviços.

Para melhor entendimento de como se caracterizam as atividades, fez-se uma distribuição entre três categorias distintas entre si: familiar, não familiar e/ou extrativista, porém deve-se observar que uma categoria não exclui a outra, e que algumas atividades podem ser segmentadas, e umas se adicionarem a outras. Por exemplo, uma atividade familiar poderia, em tese, evoluir para um setor de certificação orgânica não especificamente doméstica, como uma cozinha certificada. E, muito comumente, uma atividade familiar engloba outras formas de produção, como a extrativista. Nesses casos, os percentuais observados, se somados, extrapolariam ao total de cem por cento. Feitas essas ressalvas, verificou-se que 84 por cento dos produtores caracterizam suas atividades como sendo de cunho familiar, e apenas dez por cento se enquadraram na parcela não familiar e 20 por cento deles reconheceram suas atividades como sendo extrativistas.

Em relação às atividades supracitadas, questionou-se sobre o repasse dos conhecimentos adquiridos para as futuras gerações e, outra vez, evidenciou-se que essas parcelas se sobrepunham. Então, ficaram estimados que em 36 por cento dos casos, essa extensão se deu em relação aos filhos, 22 por cento para netos e 18 por cento para bisnetos, que se conjugariam entre si, ou não, em alguns casos. Entretanto, foi assinalado que 40 por cento do total investiam a sua bagagem de conhecimentos em outras pessoas distintas de seus familiares, proporcionando a uma pulverização dos ensinamentos. Essa constatação pode conter um indicativo, se a informação for contrastada com outros dados da pesquisa, já explorados, em cuja apreciação se dará na conclusão.

Ainda, em virtude do trabalho produzido, foi feito uma apuração de quanto tempo seria dedicado nas ações realizadas, como forma de perceber a intensidade das mesmas, num período de 12 horas. Para tanto, as tarefas foram segregadas em quatro categorias, a saber: até duas horas, até quatro horas, até seis horas e mais de oito horas. Constatou-se que são gastos diariamente na labuta, a partir do quantitativo de produtores, em torno de seis por cento deles, para duas horas de trabalho. Corresponde a 12 por cento para os que trabalham até quatro horas, 18 por cento se aplicam até seis horas de atividades e, finalmente, 64 por cento permanecem trabalhando nas tarefas de produção de alimentos e sua comercialização. Na qual se depreende que maioria dos atores desempenha longas jornadas de trabalho.

Como foi descrito no estudo, as feiras foram classificadas pelos produtores como orgânicas ou agroecológicas, ou, ainda, com ambas as características de acordo com as figuras 11, 12 e 13, a seguir, no âmbito da zona de amortecimento que ocorre em relação ao Maciço da Pedra Branca. No Caso da Feira da Roça, em Vargem Grande, também há um apelo cultural, dentre o qual se destacam as trocas de livros, apresentações dos Brincantes da Pedra Branca, que se caracteriza por uma “roda de coco” das mulheres da comunidade, produção de bonecas Abayomi (na representação as rainhas africanas), rodas de capoeira, atividades do Compostavargem, viabilizando a compostagem dos resíduos de feiras, entre outras atividades que eventualmente também possam ocorrer em outras feiras. Por exemplo, na feira que se realiza no Rio da Prata, os atrativos ficam por conta do restaurante que serve o Café da Roça, o Fogão da Roça, Pesque e Pague (tanque de peixes), entre outras atividades. Na Freguesia, forma observadas rodas de Capoeira, enquanto na UERJ, o espaço da feira se abre outras atividades culturais. A figura 11, a seguir, é relativa à Feira da Roça, em Vargem Grande.

Figura 11: Feira da Roça

Fonte: AGROVARGEM¹³

Nota-se que na propaganda exibida na figura 11 há um chamado à agroecologia, como também para atividades culturais.

Na feira AGROPRATA, figura 12, há todo um complexo e entretenimento: restaurante, com café da manhã e almoço, pescaria, parque infantil, entre as demais atividades.

Figura 12: Feira Orgânica do Rio da Prata

Fonte: Feira Orgânica do Rio da Prata¹⁴

A foto acima, correspondente à figura 12, mostra a parte reservada destinada à comercialização de orgânicos.

Nas demais feiras, como assinalado anteriormente, Freguesia e Campo Grande e UERJ também ocorrem atividades populares eventualmente.

A seguir, na figura 13, se destacam as propagandas referentes aos produtos expostos na Feira da Freguesia, a título de ilustração.

Figura 13: Feira Agroecológica da Freguesia

Fonte: Feira de Orgânicos da Freguesia¹⁵

Como se pode verificar tanto na figura acima como nas figuras anteriores, no *marketing* das feiras há sempre uma chamada em torno das palavras de ordem, indicando que as feiras são orgânicas e/ou agroecológicas. Fator que corrobora com a teoria provável sobre a produção de agenciamentos de enunciação, que podem povoar mentes dos indivíduos, produzindo “Kits de subjetividades”, através do chamamento em função das denominações: “agroecológico” e “orgânico”. Aponta-se também para a probabilidade de ocorrência de politização desse consumo. Em decorrência disso, percebeu-se que estas entidades são congregadas através da instituição de redes e associações, as quais permanecem interligadas, de acordo com a figura 14, exposta abaixo.

¹³ Página Oficial da Agrovargem (*Facebook*).

¹⁴ Página Oficial da Feira Orgânica do Rio da Prata (*Facebook*).

¹⁵ Página Oficial da Feira de Orgânicos da Freguesia (*Facebook*).

Figura 14: Reunião da Rede CAU

Fonte: Rede CAU¹⁶

A figura 14 representa uma das reuniões promovidas pela Rede CAU, onde se pode perceber o engajamento dos produtores. Dentro dessas categorias de entidades visualizaram-se três, que obtiveram maior protagonismo, que são a Rede CAU, que abarca diferentes seguimentos de agricultura, e as associações AGROPRATA e AGROVARGEM, com localização mais específica, compreendidas em Campo Grande, no Rio da Prata e em Vargem Grande, respectivamente. Cujos produtores se estendem pelas Feiras: da Freguesia; da UERJ; da Praça do Ó e nos Quintais Agroecológicos da Colônia Juliano Moreira.

A pesquisa revelou que, aproximadamente, 84 por cento dos produtores estão aliados ao menos uma dessas entidades e, 16 por cento, não responderam por qualquer tipo de vínculo. Portanto, presume-se que existem interesses em comum, fazendo com que tais agricultores permaneçam interligados entre si. O que se constatou, a respeito disso, é que o fato corrobora para o aprendizado das técnicas empregadas, por meio de disseminação de conhecimentos nesses segmentos, dentre outras demandas, que vão de encontro aos objetivos do estudo, evidenciadas no capítulo conclusivo da pesquisa.

Outro determinante da análise buscou averiguar como é compreendida a questão da inserção dos preceitos agroecológicos/orgânicos, em relação aos resíduos agrosilvopastoris, no qual se abriu o questionamento para várias possibilidades, com diferentes categorias que poderiam se sobrepor entre elas. Dessa forma, destacou-se a possibilidade de absorção de conhecimentos a respeito da Política Nacional de Resíduos Sólidos- Lei 9605/10, sobre o aproveitamento residual de materiais provenientes da floresta, através do extrativismo, pela retirada do produto e conservação da floresta ou com materiais residuais provenientes de restos de culturas, e esterco de animais. Assim, constatou-se que apenas quatro por cento do total de produtores detinham conhecimento sobre a lei 9605/10 e sua significância, 30 por cento concentravam suas expectativas em torno da relevância do extrativismo, 34 por cento contavam com aproveitamento residual de materiais provenientes da floresta e a grande maioria de 76 por cento dos agricultores acreditam na compostagem a partir dos resíduos agrosilvopastoris como a principal base na adubação das culturas exploradas. Para ilustrar o quesito compostagem, observem-se nas figuras 15 e 16, através das atividades que foram realizadas na Associação de

¹⁶ Página Oficial da Rede CAU (*Facebook*).

Moradores de Vargem Grande, por intermédio de um consenso do Coletivo denominado CompostaVargem, que se ocupa de adquirir e propagar conhecimentos sobre compostagem, através de diversas ações que envolvem a comunidade em questão. Coletivo este, que permitiu a inserção da autora do estudo, em caráter de observação participativa, no grupo de compostagem.

Figura 15: Demonstração didática de como realizar uma composteira

Fonte: Arquivos dos autores

Figura 16: Demonstração didática de como realizar uma composteira

Fonte: Arquivos dos autores

As figuras (15 e 16) acima se referem a uma aula coletiva para diversos segmentos de alunos e da comunidade.

Na sequência, destacam-se modelos diferenciados de composteiras, de acordo com as figuras 17 e 18, que visam viabilizar as diferentes formas de produção. Essa adequação pretende alcançar espaços diferenciados, como também podem ser feitas em função da quantidade de resíduos ou em função do método educativo. Enfim, para atender diversas finalidades.

Figura 17: Diferentes tipos de composteiras

Fonte: Arquivo dos autores

Figura 18: Diferentes tipos de composteiras

Fonte: Arquivo dos autores

As imagens acima (Figuras 17 e 18) reproduzem os processos que envolvem conceitos sobre a compostagem de materiais orgânicos, por intermédio de aulas didáticas, que foram extensivas aos membros da comunidade de Vargem Grande: produtores; alunos da rede municipal de ensino; alunos da escola quilombola do bairro (a qual foi observada através uma visita de reconhecimento feita pela autora, em função participativa) e para os demais interessados. As aulas foram administradas por profissionais e estudantes do ramo.

Para confirmar as possibilidades referentes ao que foi exposto nas figuras 17 e 18, numa relação mais estrita nos questionamentos, segmentou-se, nesse quesito, o material orgânico utilizado para o aproveitamento no cultivo, realizado pelos agricultores, no entorno do maciço. Dividindo-se em, basicamente, três categorias, a saber: a compostagem -, que consiste basicamente na transformação de resíduos orgânicos, isto é, restos que podem ser de culturas, de animais, de características orgânicas; a adubação verde - que é feita, geralmente, ceifando-se alguns tipos de capins ou culturas ricas em elementos essenciais para as plantas e/ou simplesmente na incorporação de materiais na forma bruta - inclusive como constituintes naturais para confecção de arruamentos entre os canteiros ou cobertura morta (material seco), que se aplicam sobre as culturas como forma de amenizar efeitos da intensidade do sol e/ou de chuvas, entre outras finalidades. Ressalta-se, outra vez, que a utilização dos materiais, em questão, podem ser feitos concomitantemente uns com os outros, portanto os percentuais não são absolutos. Então, em uma confirmação mais contundente, obtiveram-se os seguintes resultados: 90 por cento dos agricultores usam a compostagem como forma de adubação do solo, porém não fazem isso exclusivamente, pois cinquenta e dois por cento fazem a utilização de adubação verde, com 38 por cento utilizando o material proveniente da área florestal na forma bruta, isto é, da forma em que se encontram dispostos na natureza. Ainda, um pequeno percentual de 10 por cento dos produtores não utilizam os materiais supracitados, optam por insumos de ordem orgânica, como farinha de ossos, torta de mamona e um produtor comentou sobre fazer calagem, que seria a introdução de cálcio e magnésio, com vistas a elevar o PH do solo. Nesse ínterim, procurou-se desvelar se é feito entre eles um estudo, no sentido de ter uma melhora na produção agroecológica e/ou orgânica com adubação de origem orgânica. No qual se evidenciou que 76 por cento dos produtores confirmaram que estão sempre adeptos a uma educação continuada. Nesse sentido, destacam-se os ensinamentos e parcerias por conta de entidades como FIOCRUZ - Fundação Oswaldo Cruz, EMATER/RJ - Empresa de Assistência

Técnica e Extensão Rural, EMBRAPA - Empresa de Pesquisa Agropecuária, PESAGRO/RJ - Empresa de pesquisa Agropecuária do Estado do rio de Janeiro, Universidades, Coletivos, enfim, percebeu-se uma adesão consistente para essas expectativas. Contudo, 20 por cento dos inqueridos relatou pouca efetividade em relação ao binômio ensino/aprendizado, nesse contexto. E apenas quatro por cento revelaram que não absorvem nenhum conhecimento, além daqueles obtidos diariamente na lida e através dos cultivos tradicionais. Esses fatores corroboram para que se possa elaborar um consenso sobre a relação que há entre os resíduos de forma generalizada e os objetos do estudo, em especial nas questões que podem tangenciar os processos de produtização da natureza, através de possíveis aparecimentos de “Kits de subjetividades”, e, também, por meio de agenciamentos, que possam derivar de apelos de *marketing* e, sobretudo suscitar algum ativismo em torno desses produtos.

Após algumas sondagens, foram propostos questionamentos mais restritivos em relação aos objetivos da pesquisa, propriamente dita. Utilizaram-se categorias independentes na coleta de resultados. Destarte, indagou-se aos agricultores, sobre como se dava o consumo, daquilo que produziam, sob a influência do *marketing* relacionada aos produtos orgânicos/agroecológicos. Aferiu-se, por parte dos produtores, que apenas 12 por cento dos consumidores compravam seus produtos porque havia uma proximidade entre a feira e a residência dos seus clientes, que 32 por cento dos produtos são consumidos porque tem o rótulo de agroecológicos, 48 por cento relataram que o consumo se dava porque eram de origem orgânica. Porém, 58 por cento afirmaram que o consumo se dava em função de ocorrer uma sensibilização em relação à consciência alimentar, que tangencia a questão da saúde. Outros poucos, ainda, afirmaram que através de um trabalho de conscientização, os clientes das feiras se interessam em conhecer a produção, porque as redes locais influenciam muito nesse processo. Trazendo um dado que talvez se fundamente na politização do consumo.

Outra vertente da pesquisa se dá em função de como é entendida a questão do ativismo alimentar, em referência às práticas orgânicas e/ou agroecológicas. Em 38 por cento dos inqueridos contatou-se que a produção é direcionada para questões de consumo, que envolve um modismo em torno das questões alimentares, as quais buscam alternativas de saúde e bem estar. Mas em 18 por cento dos agricultores não reconhecem a participação em movimentos em função dessas práticas. Contudo, 60 por cento do total concordam que a produção é pautada nos conhecimentos tradicionais em função do local onde estão inseridos, independentemente de modismos. Mas, avaliando-se os dados separadamente, se apenas um quinto do total dos inqueridos excluem a possibilidade da existência de ativismos, os outros 80 por cento

corroboram para o entendimento de que já se possuem dados relevantes para o estudo, quando confrontados com o contraditório que se apresenta na questão.

Ainda em relação à utilização dos resíduos locais – agrosilvopastoris foi perguntado se esses são importantes para a imagem do produto na comercialização. Foi, então, constatado que 80 por cento dos agricultores consideram este tipo de adubação importante para a produtividade, como também é significativa para o tipo de proposta veiculada por eles. Contra dois por cento que discordam e os demais não se manifestaram. Porém, foi salientado na pesquisa que alguns agricultores, num percentual ínfimo, desprezível, portanto, relataram elementos diferenciados na fertilização do solo, como o uso de cal e fósforo, com torta de mamona de origem orgânica e farinha de ossos. Nesse ínterim, foi feita uma proposta de que fosse dada uma pontuação de zero a dez, em relação à importância desses resíduos, na compostagem, para construção de uma nuvem de palavras a partir do *Atlas.ti*, de acordo com a figura 19, abaixo.

Figura 19: Atribuição de notas dadas pelos agricultores para o uso dos resíduos a partir da nuvem de palavras construída a partir do Atlas.ti.

Fonte: Elaborado pelos autores

Obteve-se como resultado um fator, no qual se verificou que não houve nenhuma nota abaixo de cinco, com prevalência das notas de oito e dez, conforme evidenciado na figura 19, que corresponde a nuvem de palavras construída a partir do *Atlas.ti*, conferindo aos resíduos agrosilvopastoris a sua devida importância.

7.2. ANÁLISE DE RESULTADOS DO QUESTIONÁRIO PARA CONSUMIDORES

Na proposta de avaliação dos consumidores foram descritos os índices percentuais para as diferentes categorias pesquisadas de modo a alcançar com maior precisão os indicadores para o estudo. Foram desprezados os quantitativos referentes às questões não respondidas, devido a uma escala insignificante dentro do processo.

Primeiramente, colheram-se os dados básicos, com finalidade de estipular um perfil dos consumidores. A faixa etária foi distribuída em quatro categorias verificando-se que 22 por cento dos consumidores se encontram na faixa entre 20 e 35 anos, 36 por cento desses possuem

a idade entre 36 e 45 anos, mais 36 por cento encontram-se na faixa entre 46 e 65 anos, e, como era de se esperar, apenas seis por cento dos frequentadores das feiras possuem idade superior aos 65 anos. Revelando-se que 72 por cento daqueles clientes que procuram este tipo de alimento, encontram em uma idade que se pode identificar como madura. Ou seja, considera-se que, provavelmente, essas pessoas estejam aptas para fazerem suas escolhas dentro do processo de aquisição de coisas, em relação aos grupos de pertencimento, no que tange ao consumo de alimentos, incluindo-se, nesse ínterim, seus desejos e aspirações.

Em relação à questão de gênero, delimitaram-se três categorias, nas quais se se identificou que 30 por cento dos consumidores eram do gênero masculino, 64 por cento do gênero feminino e seis por cento do total se apresentaram em outra opção de gênero ou não assinalaram nada. Revelando um quantitativo maior de mulheres frequentando essa modalidade de feira. Trazendo, assim, um indicativo de que a questão do consumo nas feiras está delegado preferencialmente às mulheres.

Quanto ao grau de escolaridade, foram disponibilizadas cinco categorias, a saber: ensino fundamental; ensino médio; ensino superior; pós-graduação e outros. Obtendo-se os seguintes resultados: apenas um por cento dos frequentadores das feiras possuem ensino fundamental; 15 por cento dos inqueridos possuem ensino médio; seguidos de 48 por cento de com ensino superior; 37 por cento possuem pós-graduação; a opção “outros” ficou com um índice de cinco por cento. Assim, registrando-se ao final dessa análise, uma dedução de que a maior parte dos clientes das feiras possui um bom nível de escolaridade.

Após a identificação dos dados iniciais obtidos, que primaram pelo traçado dos perfis dos consumidores nas feiras, do entorno do Maciço da Pedra Branca, procurou-se saber como se deu o acesso aos produtos agroecológicos/orgânicos. Para tal questionamento usou-se cinco categorias de respostas independentes umas das outras, e vice versa. Nesse contexto, 37 por cento dos consumidores buscaram as feiras porque moram próximo a ela, além desse fator, foram assinaladas as seguintes questões: 21 por cento buscaram as feiras porque só consomem produtos naturais; 35 por cento dos inqueridos buscaram as feiras porque consomem produtos naturais de vez em quando; apenas três por cento revelam que consomem os produtos em função dos modismos, que ocorrem em função desse tipo de alimentação. Por fim, neste quesito, 16 por cento buscaram a feira, em questão, porque conhecem os produtores. Ressalta-se, para tanto, que a feira próxima das residências é um fator relevante, juntamente com a propósito de consumirem esses alimentos de quando em vez.

A despeito de o trabalho ter um foco sobre os resíduos agrosilvopastoris, intentou-se verificar como se dá o conhecimento sobre o aproveitamento residual (adubação) nas culturas plantadas e vendidas nas feiras visitadas. Utilizou-se de quatro categorias para compreensão do assunto. Primeiramente, 24 por cento dos consumidores admitiram desconhecer essa questão referente à adubação, sendo que 44 por cento tem a percepção que como a plantação é agroecológica/orgânica, eles supõem que usem resíduos naturais na produção. Em contrapartida, 15 por cento do total não conhecem a forma de utilização dos resíduos na produção, mas confiam nos produtores. Acrescido de mais 19 por cento dos clientes das feiras que conhecem a forma de utilização dos resíduos na produção e também confiam nos produtores. Assim, a maioria supõe que há uma boa utilização dos resíduos na produção como forma de adubo.

Um dos questionamentos apontava para a finalidade em função dos resíduos na produção obtida. Em relação aos resíduos aplicados sob a forma de adubo, diferentemente daqueles que são dispostos inadequadamente na natureza, buscou-se entender: qual significado a prática de incorporação residual teria para os consumidores? Que representação haveria nesse contexto? As possibilidades foram divididas em cinco categorias independentes, podendo-se fazer a opção por mais de uma proposta apresentada e cujas respostas foram, respectivamente, relacionadas a essas finalidades. Primeiramente, seis por cento dos inqueridos demonstraram não saber nada sobre o assunto “adubação”. Já, 17 por cento disseram que a finalidade seria consumir produtos agroecológicos/orgânicos e certificados. Outros 14 por cento afirmaram a opção por uma alimentação saudável, independente da adubação (de acordo com a ressalva feita). Porém 15 por cento dos consumidores das feiras admitem estar à procura de alimentos com selo verde. Contudo, 49 por cento acham que a finalidade está relacionada a uma alimentação livre de agrotóxicos/produtos químicos, na produção. Sendo essa última afirmação, a mais expressiva.

Com o objetivo de buscar uma relevância para a pesquisa, foram procuradas informações de acordo com a frequência do consumo desses produtos em função da disponibilidade dos mesmos nas feiras e, por quanto tempo se deu a opção por esse tipo de alimentação. Primeiramente, identificou-se que 61 por cento, das pessoas questionadas, recorriam às feiras semanalmente. Nesse mesmo público verificou-se que nove por cento comparecia às feiras de 15 em 15 dias, seis por cento apenas uma vez por mês. Mas, vinte e quatro por cento dos consumidores revelaram que procuravam pelos produtos das feiras de vez em quando, sem apresentar, dessa forma, nenhuma regularidade. Foi perguntado também, nesse

interim, por qual período de tempo se estendia a relação com as feiras? Constatou-se que 42 por cento dos consumidores frequentam essas feiras por vários anos, muitos afirmaram que desde que elas foram criadas, 21 por cento dos consumidores compram nas feiras por alguns meses, a menos de um ano. Outros 12 por cento, fizeram a incursão nas feiras em um período relativo há algumas semanas. E, curiosamente, 25 por cento dos inqueridos não sabiam precisar o tempo, ou não responderam a essa pergunta. Nota-se, para tanto, que há uma relevância do tema, quando relacionado à frequência do consumo realizado nas feiras.

Ainda sobre o grau de importância dos orgânicos/agroecológicos incidindo sobre um fator de consumo, como se daria a relação desses produtos comparados com outros alimentos? De acordo com os consumidores deste tipo de alimento, verificou-se que 93 por cento dos inqueridos têm, na verdade, uma alimentação variada, contra apenas sete por cento daqueles que declararam optar por uma alimentação estritamente natural, consumindo, portanto, exclusivamente, produtos de origem orgânica e /ou agroflorestal.

Um dos pontos cruciais da pesquisa partiu do questionamento e interpretação de como são entendidos os termos “orgânicos” e “agroecológicos” pelos consumidores nas feiras que distribuem esses produtos. Constatou-se que 56 por cento dos inqueridos foram categóricos em dizer que os produtos orgânicos são aqueles livres de agrotóxicos/ produtos químicos e, dez por cento os consideram como sendo um produto natural, dentre outros detalhamentos, menos relevantes. Porém, sete por cento não sabem qual a definição para os alimentos orgânicos. Os demais foram mais específicos em suas respostas, dizendo que: os orgânicos são produtos sem nenhum insumo químico, sem impurezas, certificados; frutos da agricultura familiar; provenientes de práticas agroecológicas; que respeitam os ciclos de produção; que são aqueles que preservam a forma genuína de plantio e sem alterações genéticas; o produto orgânico é um sistema onde tudo está vivo; que são produtos provenientes de sementes orgânicas, sem defensivos; são produtos ecologicamente sustentáveis; são os que possuem selos orgânicos e que são aqueles de produção em escala “verde” e natural. Esse foi um breve resumo do que foi identificado sobre a percepção que os consumidores têm em relação a um produto orgânico. Para fins de ilustração, a figura 20 é relativa a um dos quintais de produção orgânica e agroecológica, na área periférica do Maciço da Pedra Branca, na Colônia Juliano Moreira em Jacarepaguá.

Figura 20: Agricultura familiar na Colônia Juliano Moreira, Jacarepaguá, RJ

Fonte: Arquivo da autora

A figura 20, exposta acima, corresponde a um dos quintais que se dedicam a agricultura familiar, no contexto da produção orgânica, agroecológica e fitoterápica. O programa do Campus Fiocruz Mata Atlântica contribui com sua missão de integrar saberes e práticas, aproximar ensino, pesquisa, serviço e gestão pública no fortalecimento da promoção da saúde e do meio ambiente. (FIOCRUZ, 2019)

Quanto aos produtos agroecológicos, 48 por cento das pessoas questionadas, não sabem o seu significado. Ainda constatou-se que 12 por cento dos consumidores acreditam que o termo “agroecológico” e “orgânico” são a mesma coisa. Ou seja, têm a mesma importância, supõe-se, que devido à similaridade, dado que um pode estar contido no outro. Quanto aos demais, pôde-se aferir as seguintes ideias, sobre o termo em questão: o produto agroecológico resulta do extrativismo; é aquele que respeita o espaço territorial da floresta; é o consórcio entre floresta e plantas cultiváveis; é um tipo de agricultura sustentável; é uma cultura de subsistência e que não agride a natureza; é um produto que se extrai de forma natural; àquele que não precisa ser orgânico e sem intervenção humana. De uma forma generalizada e resumida captou-se, na percepção de alguns consumidores, que a agroecologia refere-se a uma produção em área específica local, sem o uso de agrotóxicos, onde a agricultura é consorciada com a floresta, obedecendo ao manejo florestal com vegetação nativa *versus* a produção de alimentos. É um cultivo que não destrói e preserva a natureza em áreas sustentáveis. Representando, portanto, que 40 por cento das pessoas inqueridas compartilham essas últimas ideias. Apresenta-se na figura 21, abaixo, um exemplo da cultura extrativista, no Maciço da Pera Branca, em Guaratiba, RJ.

Figura 21: Extrativismo da cultura da banana em Guaratiba, RJ

Fonte: Arquivo da Autora

O extrativismo relativo à cultura da cultura da banana, conforme a figura 21 está contida dentro do delineamento na cor vermelha, para fins de identificação.

Após essas avaliações, o questionamento foi mais incisivo no sentido de verificar como seriam as sensações de consumir produtos considerados “verdes”, trazendo, assim, a discussão mais próxima dos temas “produtividade da natureza” e “politização do consumo”. Foi perguntado se sentia apenas uma sensação de bem estar ao consumir estes produtos e/ou se havia alguma sensação de estarem engajados no movimento por uma alimentação saudável.

Ainda, a questão se abriu para outras formas de percepção em relação ao assunto sobre o consumo. Dessa forma, notou-se que 50 por cento dos inqueridos se sentiam engajados nestes movimentos ativistas e outros 50 por cento simplesmente se sentiam bem com a escolha, optando por produtos com “selo verde”, em sua alimentação. Foram acrescentados a esses comentários, o resumo das seguintes opiniões: Esse direcionamento para o consumo politizado é influenciado pelas políticas ambientais, através de uma participação consciente dos consumidores, demonstrando uma preocupação com a natureza; os produtos em pauta evidenciam uma diferenciação dos demais, por apresentarem uma variedade de sabores, resgatando a memória dos alimentos; houve quem os identificassem como peculiares pelos seus tamanhos e pela saciedade que ocasionam e que são, também, fatores de promoção de qualidade e saúde.

Com a intenção de verificar se os consumidores se inteiravam sobre assuntos relacionados ao consumo de alimentos orgânicos e/ou agroecológicos, ainda sobre o ponto de vista da sua relação com os resíduos agrosilvopastoris, incorporados ao solo, perguntou-se como se daria a busca de informações sobre esses produtos; ou seja, quais seriam as fontes de pesquisa, caso houvesse. Estabeleceu-se que em 15 por cento dos questionados as inteirações vinham de propagandas de televisão, rádio, entre outras fontes similares. Enquanto 20 por cento admitiram fazer pesquisas sobre o assunto em livros, outros 61 por cento consultam a internet, com a mesma finalidade, neste quesito. Dessa forma, as pistas no âmbito da presunção, apontam que o *marketing* está bastante presente nos meios de comunicação e que as mídias sobre o assunto podem oferecer alguma influência. Assim, abriu-se a questão para outros tipos de aquisição de conhecimentos, que foram resumidos da seguinte forma: as informações eram absorvidas através do corpo a corpo, incluindo a família, os amigos, os professores e os próprios produtores/agricultores. Também se deram por meio de aulas, cursos, palestras, ensinamentos tradicionais, pelos ensinamentos religiosos, periódicos acadêmicos, documentários e afins.

Então, dadas às evidências anteriores, desejou-se entender, de forma mais direta, como as campanhas em torno do consumo de produtos “verdes” influenciam nas escolhas pelos mesmos. Assim, foi se descortinado através dos questionamentos direcionados aos consumidores que: 53 por cento deles admitem que essas campanhas influam muito nas escolhas pelos mesmos; para 34 por cento, influem moderadamente em suas escolhas e em 13 por cento dos inqueridos confirmou-se que as referidas propagandas não infleem decididamente em nada. Reafirmando-se a probabilidade exposta no parágrafo anterior, sobre a influência do *marketing*.

Outro fator, que durante as visitas preliminares feitas nas feiras, causou inquietude, era saber como se davam as questões de confiabilidade existentes entre consumidores e produtores em relação ao tipo de adubação usada (se adubação orgânica e/ou adubação química). De acordo com os resultados colhidos, aferiu-se que 48 por cento dos consumidores confiam moderadamente nos produtores em relação à utilização natural dos adubos nas plantações, mas 49 por cento acreditam que os itens produzidos têm uma adubação orgânica, natural no enriquecimento do solo, e como era de se esperar, apenas três por cento, apesar de comprarem nestas feiras, não veem garantias sobre no tipo de adubação utilizada. Portanto, pode-se perceber um bom nível de confiabilidade dos consumidores em relação aos produtores. E isso pode estar relacionado a alguns fatores indicados abaixo nas figuras 22 e 23.

Figura 22: Mídia veiculada à Feira da Roça

Fonte: AGROVARGEM¹⁷

¹⁷ Página Oficial da Agrovargem (*Facebook*).

A figura 22 ilustra a mídia sobre a DAP - Declaração de Aptidão ao PRONAF (Programa de Aquisição de Alimentos, Merenda Escolar e Habitação Rural) que se constitui em uma comprovação de enquadramento do agricultor, como pequeno produtor, de acordo com a Federação dos Trabalhadores na Agricultura Familiar do Estado de São Paulo (FETAESP) (2019).

Outra maneira do produtor ou extrativista orgânico buscar a fidelidade dos consumidores é através da exposição do certificado de conformidade Orgânica, como aparece na figura 23.

Figura 23: Certificado de Conformidade Orgânica

Fonte: Arquivo da autora

A figura 23, acima, é relativa ao Certificado de Conformidade Orgânica, expedido pela Associação de Agricultores Biológicos do Rio de Janeiro - ABIO-RJ (2019), que garante a participação do produtor no SPG - Sistema Participativo de Garantia, que de certa forma, uma vez exposto com o alimento comercializado demonstra uma garantia para o consumidor, em relação à confiabilidade.

No que tange à utilização dos resíduos agrosilvopastoris, na fertilização das culturas distribuídas nas feiras, entende-se que se esses materiais, com destinação certa (no caso pela reversão em nutrientes para o solo), não estariam sendo dispostos inadequadamente no ambiente. Em função disso, questionou-se como seria a expectativa desse consumo alternativo? Ou seja, em relação à diminuição de resíduos no ambiente, com o uso da matéria orgânica de destino certo na adubação das culturas. Então, se perguntou: os agricultores estariam, efetivamente, disponibilizando-os para as plantas? O questionamento gerou um consenso em torno de 94 por cento dos consumidores expressando que, de fato, o reaproveitamento de materiais, nesse no contexto, diminui muito a disposição inadequada dos resíduos, apesar seis por cento dos inqueridos revelarem que desconhecem o assunto, mas não houve ninguém que discordasse do fato acima observado.

Finalmente, foi pedido aos consumidores que resumissem a imagem que lhes foi apresentada, relativa à figura 24, em uma só palavra, com a finalidade de se fazer uma avaliação subjetiva da representatividade dos resíduos, no contexto da produção de culturas de origem orgânica e/ou agroflorestal. A foto escolhida é uma variação dos resíduos agrosilvopastoris, visando traduzir a imagem de uma forma mais doméstica, em um formato mais aproximado do cotidiano dos consumidores envolvidos na pesquisa.

Figura 24: Material orgânico disponibilizado no solo

Fonte: RECICLOTECA (2019)

Como resultado da apreciação da imagem acima, referente à figura 24, gerou-se outra figura, a de número 25, expressa a elaboração uma nuvem de palavras, a partir do *Atlas.ti*, de forma a demonstrar o significado subjetivado, contido na representação dos resíduos, no ato de serem disponibilizados para o solo, no panorama da fertilização dos tipos de culturas apreciadas no estudo.

Figura 25: Nuvem de palavras referentes ao significado subjetivo da representação da incorporação de resíduos no solo

Fonte: Elaboração da autora a partir do *Atlas.ti*

A nuvem de palavras, referente à figura 25, faz ressaltar através do tamanho das letras, as palavras citadas com maior expressividade. Com destaque para a palavra “saúde”, onde se pode perceber a intencionalidade subjetiva principal dos consumidores, seguida por outras tantas, no nível de importância para eles, cujas aparecem em sintonia com o estudo, em função do tamanho das letras. Há uma desconstrução do conceito de saúde na contemporaneidade. Dessa forma depreende-se que:

A organização Mundial da Saúde(OMS)¹⁸, organismo sanitário internacional integrante da Organização das Nações Unidas, fundada em 1948, define saúde como “estado de completo bem-estar físico, mental e social, e não somente a ausência de enfermidade ou invalidez”.(...) A “definição” de saúde adotada pela OMS não é

¹⁸ OMS. Actas oficiales de la OMS, nº2, p.100

definição vulgar e nem definição científica, pois discorda das exigências contemporâneas referentes à elaboração das definições (científicas ou não); tampouco é uma concepção ampla de saúde, mas apenas uma concepção de saúde humana. (JUNIOR; DE MIRANDA, p.1, p.3, 2004)

Assim, entende-se que a interpretação de saúde do ponto de vista contemporâneo não corresponde à integralidade da definição da OMS, uma vez que sugere uma perfeição considerada utópica e contrária às características da personalidade humana. Dessa forma, compreende-se que:

A antropologia da saúde nos parece chamada a se expandir nos próximos anos em redes temáticas ao redor desses dois grandes eixos centrais: por um lado, as novas definições da doença e da saúde associadas aos avanços das ciências da vida e a forma como o corpo humano é construído, transformado e redefinido como locus da gestão do risco e da incerteza; por outro, o contexto cada vez mais complexo, globalizado e desigual em que estamos vivendo tornam necessária uma abordagem antropológica igualmente mais global, no qual o processo saúde-doença deve ser analisado, cada vez mais dentro de um conjunto complexo de políticas econômicas, de relações internacionais e de mobilidade de populações, através de novas abordagens de pesquisa de natureza transdisciplinar (IRIART; CAPRARA, p. 1253, 2011).

Dessa forma, levam-se em questão vários fatores de natureza transdisciplinar e de movimentos voltados para a globalização.

Dando-se continuidade a análise dos resultados, passar-se-á ao capítulo das entrevistas, no qual se propôs uma avaliação do ponto de vista gerencial, econômico e ambiental dos grupos envolvidos.

7.3. ENTREVISTAS

Esse bloco de informações, além das perspectivas gerenciais, tratou também de averiguar as algumas conotações específicas, como a origem da formação das redes, quantitativo de produtores, questões de pureza, certificações e segurança alimentar, destacando-se a aferição das falas dos agricultores envolvidos, através das representações consultadas. Optou-se por não se realizarem as entrevistas por intermédio do registro de áudio, em função da disponibilidade e conveniência dos entrevistados, e também devido aos locais de abordagem dos mesmos, onde provavelmente haveria interferência devido ao barulho local, pois as falas foram disponibilizadas em lugares públicos, por preceitos de compatibilidade dos próprios entrevistados.

7.3.1. Entrevista com a representante da AGROPRATA

Segundo sua representante, Rita de Cassia Carreiro Morais Caseiro, a AGROPRATA é composta por agricultores familiares que produzem alimentos orgânicos e produtos alimentícios artesanais, tendo como principais tendências a produção da banana passa e o vinagre de caqui. A figura 26 mostra a força tarefa da colheita do caqui.

Figura 26: Força Tarefa do “Tira Caqui”

Fonte: Rede CAU¹⁹

A figura 26 refere-se especificamente a um evento que se realiza anualmente no Rio da Prata, Rio de Janeiro, intitulado “Tira Caqui”, que tem como objetivo realizar uma confraternização em torno dessa cultura. Nesse sentido, há um projeto que visa guiar os agricultores no processo de qualificação e certificação dos produtos, já valorizado, a nível experimental, pelos Ecochefes cariocas. Cujas experiências são realizadas com os frutos produzidos pelos membros da Associação, visando aproveitamento integral da produção. Entretanto, foi informado que o caqui e a banana produzidos, necessitam de uma cozinha certificada, que é a exigência primordial na produção dos produtos manipulados.

A AGROPRATA surgiu de ideias nos idos de 1967 com a supervisão de ONGs, através de um intercâmbio Brasil/Canadá, se consolidando a partir de 2002, quando houve um despertar para a agricultura através de encontros na Igreja Católica da região. Para melhor entendimento da dinâmica da associação foi questionado como se dá a produção em relação à pureza e a segurança dos alimentos comercializados, e, foi obtida a seguinte informação: isso acontece e função de visitas de verificação - periódicas com um dos técnicos da ABIO-RJ - Associação de Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro, que preza por sistema participativo de garantia. Assim, para ratificar a pesquisa com os produtores e consumidores, buscou-se

¹⁹ Página Oficial da Rede CAU (Facebook).

identificar a questão das alternativas orgânicas e agroecológicas utilizadas para a adubação na produção, cuja resposta, por parte da associação é que, prioritariamente, essas se dão pela opção de utilização de compostagem e adubação animal como forma de insumo para o enriquecimento do solo. Questionou-se sobre a relação de representatividade entre os sujeitos constituídos. Foi dito, então, que ocorre por intermédio de eleição, e que a última, data de 2010.

No contexto do consumo, foi questionada como era a percepção da veiculação de propagandas a respeito das *grifes* (marcas distintivas) “verdes”. Nesse ínterim, para a representante a questão agrega vantagens econômicas para o grupo, que se distribui entre componentes efetivos e colaboradores. Ainda, no mesmo panorama, foi questionado sobre as designações verificadas nas mídias veiculadas nas feiras. Para a representante da associação, os termos “agroecológico” e “orgânicos”, quanto à concepção do grupo, pode-se afirmar que não há uma identificação que possa definir o primeiro termo, já quanto ao segundo, há um consenso esclarecido de que se trata de produtos certificados, nos quais se guardam todas as garantias inerentes de uma produção orgânica. Ela acrescentou fatores à forma como é constituída a rede de relacionamentos com os atores afins, alegando que o contato é feito através de reuniões mensais da associação e, também, mensalmente ocorrem encontros do SPG – Sistema Participativo de Garantias, que envolve todos os componentes da rede de produção orgânica, agricultores, produtores, extrativistas, comerciantes, consumidores e técnicos, basicamente. Quanto, a saber, se há a certificação entre os produtores e se existe um cadastro dos mesmos, foi informado que todos são cadastrados no MAPA-Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, que é um órgão do Poder Executivo do Brasil, que se caracteriza pela competência de formular e implementar as políticas públicas, no âmbito do desenvolvimento do agronegócio, através da incorporação de aspectos de mercado tecnológicos, organizacionais e ambientais, com a finalidade do atendimento dos consumidores no país e no exterior, incentivando a segurança alimentar, geração de renda e emprego, redução das desigualdades e inclusão social.

E, finalmente, foi indagado em relação ao quantitativo de produtores, como esse estaria sedimentado no ano corrente? A informação recebida é de que a associação possui 25 produtores e cinco colaboradores o âmbito da AGROPRATA. Suas instalações estão localizadas no Rio da Prata, em Campo Grande, Rio de Janeiro, conforme a Figura 27, abaixo:

Figura 27: Feira Orgânica AGROPRATA

Fonte: Arquivo da autora

Essa localidade, mostrada na figura 27, faz parte de um complexo com restaurante, loja e feira, entre outras atividades, conforme citado anteriormente, todos explorando o mesmo conceito em relação à produção orgânica.

Dando-se prosseguimento ao assunto, segue adiante a entrevista com a representação da AGROVARGEM.

7.3.2. Entrevista com o representante da AGROVARGEM

Respondendo sobre a AGROVARGEM, por ocasião da entrevista, apresentou-se o agricultor, o Sr. Francisco Caldeira, cujo processo de representação deu-se por eleição a partir de 2017, presidindo, inclusive, o Conselho de Segurança Alimentar e Nutricional do Município do Rio de Janeiro (CONSEA-RJ), também presente no conselho gestor do Circuito Carioca de Feiras Orgânicas - CCFO, que tem como principais parceiros a Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, a REDE CAU e ABIO-RJ, conforme a figura 28 mostrada abaixo.

Figura 28: Circuito de feiras de orgânicas da Cidade Do Rio de Janeiro

Fonte: Circuito de Feiras de orgânicas²⁰

Das feiras apresentadas nas figuras acima se destacam, para fins do estudo, as da Barra da Tijuca e da Freguesia, selecionadas para avaliação pelos critérios locávoro e enquadrados nas associações pertinentes ao estudo, e, principalmente por estarem no perímetro locávoro do Maciço da Pedra Branca.

Foi relatado, no ato da entrevista, que a AGROVARGEM surgiu através de discussões sobre política e segurança alimentar no PROFITO - projeto das Redes FITO - no curso de formação de plantas medicinais, na FIOCRUZ, cujo objetivo era cultivar essas plantas nas comunidades da zona de amortecimento do Parque Estadual Da Pedra Branca, no Rio de Janeiro, onde se incluem, também, os Quintais Agrofloretais da Colônia Juliano Moreira. O processo de averiguação da produção ocorre da mesma maneira que na AGROPRATA, cuja gestão se dá por intermédio do Sistema Participativo de Garantia-SPG, organizado pela REDE CAU, cuja AGROVARGEM passa a integrar em 2012. O SPG se constitui numa modalidade de avaliação agroecológica/orgânica, obtida por controle social e verificação dos cumprimentos

²⁰ Página Oficial do Circuito das Feiras Orgânicas (Facebook).

das normas em conjunto com os próprios agricultores, conferido pelo sistema de produção orgânica, inerentes à ABIO-RJ. O credenciamento é feito junto ao MAPA e, por conseguinte, têm, dessa forma, seus associados cadastrados. Da mesma forma, o processo de certificação é garantido pelos entes acima citados. Para efeitos de classificação das feiras apreciadas, de acordo com suas características, foi ressaltado que as feiras “orgânicas” são constituídas por aquelas inclusas no Circuito Carioca de Feiras Orgânicas. Quanto as que são consideradas como “agroecológicas”, seriam as feiras da UERJ e de Vargem Grande - Feira Da Roça. Essa última, apresenta-se representado na figura 29, segundo o Senhor Francisco Caldeira.

Figura 29: Feira da Roça

Fonte: AGROVARGEM²¹

A figura acima se refere à Feira da Roça, que além da produção agroecológica também comercializa produtos de origem orgânica. Nesse cenário, abre-se um parêntese para ratificar a importância da banana para esses produtores, de acordo com a figura 30, que rendeu um troféu para o setor.

Figura 30: Prêmio Gastronômico - Bananas do PEPB

Fonte: CALLEGARI (2016)

A figura 30 mostra através da publicação, a premiação da Produção da Associação dos Agricultores de Vargem Grande recebida em virtude da “Banana Maravilha”, como assim é denominada na região, pelo prêmio ganho na modalidade “Maravilhas Gastronômicas do Estado do Rio de Janeiro”.

A percepção do grupo, de acordo com seu representante, em relação à questão das marcas distintivas “verdes”, na qualidade de grife alimentar, corresponde dizer que essas propagandas estão voltadas para o mercado, entretanto, foi ressaltado que a filosofia do agroecológico/orgânico está vinculada exclusivamente ao ambiental e social, sendo uma

²¹ Página Oficial da Agrovargem (*Facebook*).

condição essencial de vida. A rede de relacionamentos entre os atores das diversas outras redes se deu de acordo com a caminhada participativa, em diversos eventos instituídos no ramo e na própria cidade. Em relação ao quantitativo de associados no ano corrente ficou estipulado em 25 famílias que concorrem para a produção da AGROVARGEM.

Assim, verificadas algumas iniciativas por parte das redes apreciadas no estudo, passar-se-á a observação do entrelaçamento das mesmas com a REDE CAU que segue adiante.

7.3.3. Entrevista coma a representante da REDE CAU

Para fins de complementar os relatos da responsável pela rede, será feito um breve preâmbulo. A agroecologia do Rio de Janeiro e da Região Metropolitana, atrelada às parcerias estabelecidas, esses se sentiram estimulados/as a criarem aquilo o que representa a AS-PTA²², uma rede agricultura familiar e agroecologia que participou da constituição de várias redes da sociedade civil, e, que é uma associação de direito civil sem fins lucrativos votada para desenvolvimento rural e sustentável no Brasil, de acordo com a página virtual da Rede. Nesse panorama, o PROFITO, anteriormente citado, e a ASPTA-RJ tiveram um importante protagonismo na concretização da Rede Carioca de Agricultura Urbana. Assim, surge a Rede CAU, anteriormente chamada Rede de Agroecologia ou Rede de Agricultura Urbana, hoje como Rede Carioca de Agricultura Urbana (Rede CAU). Segundo a sua representante, Maria Bernadete de Castro Montesano, a última denominação é a que vem sendo mais utilizada, criada em novembro de 2009 durante o II Encontro de Agricultura e Saúde na Cidade, organizado pela Rede AS-PTA, cujas redes tem por objetivo operar sobre o urbano e preenchê-lo na sua força política, construindo-o como uma problemática social. A Rede Carioca de Agricultura Urbana é um movimento social que agrega pessoas e organizações em defesa da agroecologia nas cidades, defendendo o consumo consciente. Atua junto aos quintais produtivos e as lavouras no contexto urbano-rural, ou seja, no âmbito dos agricultores urbanos. Vem se adequando aos acessos às políticas públicas, como também aos representantes de diversas organizações de agricultores, representados na pesquisa pela AGROVARGEM e AGROPRATA, organizações individuais autônomas e populares, instituições de pesquisa e ensino e, a agentes não governamentais. Ressalta-se, nesse ínterim, a sua vinculação à Articulação de Agroecologia do

²² PETERSEN, P. e GOMES DE ALMEIDA, Silvio. Rincões transformadores: trajetória e desafios do movimento agroecológico brasileiro – uma perspectiva a partir da Rede PTA (versão preliminar). Rio de Janeiro: AS-PTA, 2004.

Rio de Janeiro (AARJ), ao Coletivo Nacional De Agricultura Urbana (CNAU), Articulação de Agroecologia (ANA) e converge com o Movimento dos Pequenos Agricultores (MPA), segundo a representante da Rede CAU..

Ampliando-se o diálogo, foi questionado sobre de pureza e segurança dos alimentos comercializados, cuja explicação veio através da reafirmação de que o movimento agroecológico é pautado nas relações de confiança, a partir de um elo de relações constituídas.

Quanto às alternativas orgânicas e agroecológicas utilizadas para a adubação na produção, foi explicitada a expressividade da compostagem nos processos de produção, bem como a adubação verde nos processos de recuperação do solo pela proteção do mesmo, que precede o pousio, que seria um interregno na plantação no alto verão. Nesse caso pressupõe-se o respeito à natureza que está associado à filosofia agroecológica, agregada ao movimento socioambiental. Em seguida perguntou-se como se dava a relação de representatividade entre os sujeitos constituídos, nesse aspecto, a representante da rede ressaltou a horizontalidade existente entre eles, na qual há um revezamento a cada ano nos grupos de trabalho, representados pelas Rodas de Mulheres, pela Juventude Agroecológica, Grupo de Trabalho Mercado, pelo SPG (Sistema Participativo de Garantias) e PAA (Programa de Adição de Alimentos). Em relação à percepção da veiculação de propagandas a respeito das grifes (marcas distintivas) “verdes”, na concepção da representante da Rede CAU há dois mundos, àquele impactado pelo agronegócio na mídia e outro que representa a alimentação saudável, cuja propaganda ajuda, quando qualifica os produtos naturais, que os agricultores têm para a comercialização. Para tanto se fez uma arguição sobre como são compreendidos os termos “agroecológico” e “orgânicos”, na concepção da rede. Então, foi destacado o aspecto social, visto que a Rede CAU é essencialmente agroecológica e, portanto, seus conceitos estão estritamente ligados à parte das pessoas, que encera uma militância e uma politização muito fortes. Ainda foi explicado que há uma comissão que visa à observação da produção orgânica, por um período de 12 a 18 meses, no qual os interessados devem se ajustar e fazerem as conversões necessárias para se integrarem à rede, como também, têm que passar pelo processo participativo. Já, os orgânicos diferem por algumas permissividades, ainda existentes e não fortemente combatidos como na agroecologia, destacando-se entre elas as baixíssimas possibilidades de trabalho escravo e/ou trabalho infantil, mas ainda com alguns poucos resquícios. E ainda, o caráter considerado como muito comercial no segmento orgânicos, segundo a representante da Rede CAU. Suscitou-se saber como era constituída a rede de relacionamentos com os atores afins, que na concepção da rede que se pauta em parcerias, já

evidenciadas anteriormente. Quanto à questão da certificação entre os produtores e o cadastro dos mesmos, foi informado que se dá através das seguintes formas: auditoria e credenciamento de controle social com DAP e SPG. E, quanto ao quantitativo da rede está estimado em aproximadamente 100 agricultores, entre culinaristas, hortelões e artesãos.

Ainda, ao fim da conversa, acrescentou-se ser necessário melhorar a eficiência por parte de algumas entidades públicas ao entenderem a função dos “extensionistas” rurais como educadores (FREIRE, 1983), porque há uma diferenciação a ser observada entre a agricultura rural e a agricultura urbana de quintal, que atende à população local, portanto bastante importante no contexto das cidades, cuja apreciação merece atender a essa peculiaridade. Adiante, adicionou-se mais uma entrevista, conjugando um elemento do setor público, entre outros, cuja contrapartida revelou-se como um complemento às argumentações anteriores.

7.3.4. Entrevista com a representação da Comissão de Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro, componente do Centro Estadual de Pesquisa em Agricultura Orgânica da PESAGRO-RIO.

Para efeitos de se obter uma visão diferenciada dos relatos pesquisados e entrevistados anteriormente, buscou-se uma representatividade entre as entidades do Setor Público e da sociedade civil que compõe a Comissão de Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro, que estivesse efetivamente em contato com algumas feiras apreciadas. Essa colaboração se deu por intermédio da pesquisadora do Centro Estadual de Pesquisa em Agricultura Orgânica da PESAGRO-RIO, a engenheira agrônoma e M.S.c. Celma Domingos Azevedo, representante titular da AEARJ (Associação dos Engenheiros Agrônomos do Estado do Rio de Janeiro) para os fins acima descritos.

Primeiramente, a pesquisadora da PESAGRO-RIO que foi nomeada para fazer parte da Associação dos Engenheiros Agrônomos do Estado do Rio de Janeiro, e assim foi indicada pelo seu superior para compor a Comissão de Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro, e, posteriormente nomeada nessa função, assim, se deu a incursão da agrônoma na referida comissão.

Nessa entrevista buscaram-se questões esclarecedoras no sentido de dirimir algumas dúvidas anteriormente suscitadas. Uma delas tange ao entendimento das atividades familiares, orgânicas e florestais, cuja pesquisadora, em bases gerais, interpreta como agricultura familiar

àquela em até 40 hectares no máximo, com um funcionário pago, e, que tiram uma média de 80 por cento do sustento de sua família na lavoura. A agricultura orgânica, basicamente se restringe à detenção do selo orgânico e cumpre a exigência de cinco leis federais e de mais algumas estaduais e, por fim, em sua opinião, as culturas agroecológica são balizadas por um conjunto de princípios que regem os cultivos orgânicos.

Os contatos no nível da comissão ainda não permitiram que a pesquisadora tivesse acesso a todos os campos delimitados na pesquisa, entretanto sobre as questões generalizadas acerca da garantia dos produtos e das certificações, foram percebidas questões pontuais que podem atingir de alguma forma, esse tipo de consumo e comercialização. O primeiro deles diz respeito à origem das sementes, visto que existem poucas variedades orgânicas disponíveis no mercado para plantio, donde se pode depreender que esteja, provavelmente, ocorrendo um período de transição, entre a maneira como se faz a plantação hoje, em relação à escolha das sementes, e àquilo que é plenamente desejado, pois se trata de um processo em transição. Outro percalço é que a agricultura não é um empreendimento fácil, nem sempre é possível dispor daquelas produções preferenciais no nível de exigência do consumidor, e por vezes, pode-se, ou não, recorrer à lavoura de um vizinho, um amigo ou de um parente, cujas possibilidades dos produtos possam, excepcionalmente, não concorrerem com o certificado de conformidade expedido para o determinado agricultor. Evidentemente, há uma fiscalização exercida pelo MAPA, que visa averiguar essas questões e evitar determinadas defasagens. Naturalmente, existem conceitos gerais e perspectivas de utilização de produtos biológicos na agricultura que vão de encontro a essas possíveis defasagens.

Neste cenário, foi feita uma arguição sobre a utilização de alguns produtos aplicados em pequena escala na fertilização do solo, verificados na pesquisa, que não adquirem *status* de produtos naturais na midiatização dos orgânicos em geral, e que nem concorram com utilização de composto orgânico nas lavouras. Respondendo a esse fato, a agrônoma relatou a viabilidade do uso de produtos orgânicos, que contém fósforo, favorecendo a floração e, portanto, a frutificação, como farinha de ossos e torta de mamona, entre outros, bem como a utilização da cal para a correção da acidez do solo, neste contexto. Abre-se então, para o futuro próximo, no nível de propaganda, outra possibilidade de destaque para inoculantes naturais que permitam a liberação de fósforo depositado no solo, por anos e a absorção deles pelas plantas, pela ação de duas bactérias, que seria assunto para as propostas futuras. Ainda nesse ínterim, abriu-se um parêntese a respeito dos esterco de boi e galinha, cujas concentrações de nitrogênio, especialmente no último, devem ser usadas de acordo com critérios técnicos específicos.

Questionaram-se, também, sobre as qualidades inerentes à manutenção os produtos durante a exposição nas feiras em função da aparência, cujas questões delimitadas para o *marketing* de vendas estariam assim engajadas. A motivação nesse quesito, segundo a pesquisadora, estaria presente nas recomendações técnicas, em vista das demandas identificadas junto aos produtores feirantes, que relatam que pode ocorrer a perda de qualidade de alguns alimentos, em especial as folhosas devido às condições ambientais e tempo de exposição durante o período da feira. Em vista do *marketing* demandado nas feiras, se perguntou se era perceptível a mídia veiculada pelos feirantes, em relação a compostagem em associação à qualidade dos produtos nos quesitos orgânicos e agroecológicos? A visão da entrevistada é perceptível, na medida em que identifica que os alimentos são rotulados como sendo dessas categorias, em função do uso da compostagem de resíduos orgânicos, através dos selos “verdes” atribuídos nas propostas de comercialização e difundidos assim nas feiras. A mídia basicamente aparece em faixas, nas barracas, propaganda nos aventais e até em exposição das declarações de conformidade de orgânicos expostos. Arelada a essa questão, perguntou-se da possibilidade de ocorrência de politização para o consumo em função desse selo “verde”, atribuído aos elementos comercializados sob a fertilização dos resíduos agrosilvopastoris. A pesquisadora evidenciou a probabilidade de desenvolvimento de alguns ativismos relacionados ao assunto, cujas pistas apontam para a essa questão, dado que a compostagem é reconhecidamente o carro-chefe na produção de orgânicos e agrofloretais.

Finalmente, perguntou-se se os resíduos agrosilvopastoris concorrem para que ocorra a produtivização da natureza. Nesse contexto, supõe-se que a resposta foi assertiva, justificando-se pelo fato de esses resíduos corroboram com a ideia veiculada nas mídias, como um material da natureza aproveitado sob a forma de um produto, que compete para a garantia do selo “verde” no panorama das feiras orgânicas.

8. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Apresentaram-se nesse tópico os segmentos delimitados na pesquisa, onde foram analisadas e discutidas as observações e os dados, referentes aos processos intrínsecos às questões de consumo associados ao tema da pesquisa.

A contemporaneidade se caracteriza, no estudo, com base em dois paradigmas distintos, se por um dos eixos teóricos percebe-se uma descontinuidade em função da liquefação da solidez delimitada por Bauman (2001-2008), tendo como pano de fundo a Globalização (BAUMAN, 1999); por outro, se nota uma evolução da sociedade disciplinar (FOUCAULT, 1987) para uma sociedade de controle (DELEUZE, 1992), no panorama do CMI (GUATTARI, 1985-1992).

De acordo com Deleuze (1991), se percebe que ainda ocorrem espaços confinados em forma de moldes, cujos processos de moldagem poderiam ser aplicados a quaisquer formas sociais, em substituição aos antigos confinamentos, nos quais poderiam estar inclusos os objetos da pesquisa, nas formas de produtificação da natureza e da politização do consumo.

Identificaram-se também, modos de ser e ter, nos quais se destacaram as prováveis adesões aos grupos de pertencimento, as possibilidades de ocorrência de agenciamentos em virtude dos “kits de subjetividades”, que poderiam sugerir demandas a respeito da produtificação dos resíduos agrosilvopastoris, e politização em função dos mesmos, no contexto da sua utilização nos meios de produção. Assim, seguem-se os registros realizados e as suas respectivas discussões.

8.1. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ARGUMENTAÇÕES DOS PRODUTORES

Primeiramente houve a intenção de traçar um perfil entre os atores priorizados no estudo, nesse segmento. Analisando-se os produtores, de acordo com os questionários e diálogos constituídos na avaliação da pesquisa, de acordo com o tema e os objetivos traçados, foram discutidos os seguintes aspectos:

Quanto à faixa etária desses produtores, pode-se dizer que a maioria se encontra em uma faixa considerada madura e, surpreendentemente, o intervalo que foi atribuído à terceira idade, apresenta um percentual bem significativo. Nesse entreato, não foram especuladas as questões trabalhistas em relação aos agricultores com mais de 70 anos, nem as aplicações dos princípios agroecológicos à questão. Deduziu-se através dos diálogos com os agricultores, que a vitalidade constatada deve-se provavelmente ao tipo de atividade realizada, ao tipo de alimentação e, sobretudo, por influência das relações interpessoais vivenciadas nas feiras, para onde são escoadas as suas produções.

Dentro dos critérios locávoro, ou seja, da produção direta para a mesa do consumidor, reconhece-se, a importância das trocas realizadas entre eles e com o seu público. Através do cruzamento dos dados percebeu-se uma lacuna que se abre em relação à continuidade das atividades, na medida em que essas pessoas estão envelhecendo, e, o repasse dos ensinamentos, em quase metade dos casos, é estendido para aqueles não familiares, apontando para pistas que indicam a difusão de conhecimentos, o que será avaliado mais adiante, mediante aos desafios midiáticos que se apresentam para os novos empreendedores.

Em relação à questão de gênero, verificou-se quase um empate entre homens e mulheres, com uma leve prevalência do gênero feminino sobre o masculino, provavelmente devido à incursão aos Quintais Agroecológicos da Colônia Juliano Moreira, onde se verificou o protagonismo feminino das agricultoras. Ao primeiro olhar, o fato causa certa estranheza, em relação ao tipo de trabalho, considerado, por muitos, mais pesado. Porém, observou-se, em alguns casos, que em virtude da pesquisa se realizar primordialmente nas feiras, onde há a divisão das atividades, a comercialização estaria relativamente delegada às mulheres, enquanto boa parte dos homens estaria por conta dos movimentos de carga e descarga. Embora, se tenha aferido que ambos eram de fato produtores. Para efeito dos objetivos da pesquisa, ambos os gêneros concorrem igualmente no que diz respeito às questões que podem envolver a presença de *marketing* em torno da utilização residual, como um produto a ser usado na forma de insumo e posteriormente rotulado e consumido sob a égide da produção orgânica/agroecológico.

Passou-se, então, a observar fatores relacionados ao grau de escolaridade dos agricultores cuja maioria teve acesso ao nível fundamental e médio, com preponderância do ensino fundamental, declinando-se em função do ensino superior e da pós-graduação. Entretanto, são bastante perspicazes em relação ao entendimento do foco da pesquisa, e sensíveis à compreensão do objeto do estudo. Ressaltando-se, ainda, um bom discernimento

sobre as práticas realizadas e, uma abertura às novas formas de construção do conhecimento. Essas se apresentam através da influência de outras categorias pertinentes aos *modus operandi* locais, que serão observados mais adiante. Destaca-se, ainda, a qualidade de articulação entre eles, incluindo um senso de pertencimento nas causas defendidas, neste contexto, dentro das fundamentações agroecológicas/ orgânicas e algumas, também, de ordem extrativista.

Outro questionamento sobre o tempo de atuação no ramo indicou que quase a metade dos comerciantes, do total de inqueridos, tem uma participação ativa por mais de 15 anos, seguidos daqueles que desenvolveram suas tarefas até dez anos. O fato permite uma percepção de que existe uma relevância sobre as experiências adquiridas ao longo do tempo, apontando pistas determinantes em relação ao objeto do estudo, tanto quanto aos resíduos, em sua tradicionalidade, como em relação à politização do consumo. Ademais, cruzando-se os dados pesquisados, pôde-se visualizar que os atores, desse segmento, possuem uma idade relativamente avançada e que há uma predisposição para a difusão do conhecimento, não necessariamente entre familiares, que, se por um lado, pode aparentar a não continuidade dos preceitos adquiridos, por outro podem evidenciar uma replicação difusa desses conhecimentos. Ainda, concomitantemente, podem promover o interesse de pessoas distintas neste setor de comercialização, que poderiam, entre outros fatores, contribuir com uma visão diferenciada sobre consumo, incluindo-se, nesse consenso, fatores de produtização da natureza, ao sabor dos “kits de subjetividades” e/ou efeitos de agenciamentos coletivos de enunciação. Ressalta-se, ainda, em função do tempo de atuação no ramo, que a criação das feiras é um fator recente, que veio trazer visibilidade para estes produtores, em um contraponto relativo ao Sertão Carioca, que data do início do século XX.

Para melhor entendimento, foi explicitado no capítulo referente à avaliação dos resultados, que diferentes categorias analisadas podem, de certa forma, se sobreporem uma as outras, pelo fator da não exclusão de cada uma delas, nos questionários aplicados. Assim, a soma os percentuais observados poderiam extrapolar ao total de cem por cento. Dessa maneira, ao se observar a caracterização dos segmentos como familiar, não familiar e/ou extrativista, ficou evidenciada que a grande maioria dos produtores enquadrou as suas atividades como sendo de caráter familiar. Portanto, se perceberam as atividades dentro do escopo da pesquisa, que visou o estudo dos “fazendeiros urbanos” (em referência a essa parcela de agricultores do entorno do Maciço da Pedra Branca, onde se ressalta a classificação como reserva extrativista), cujos aspectos se remontam à época do Sertão Carioca, em relação ao uso dos resíduos sólidos da floresta, em favorecimento das suas produções. Essa especulação foi decisiva no

encaminhamento do trabalho e teve a finalidade de assegurar que o campo de estudo foi relevante para o entendimento das relações que envolvem a comercialização, que visam averiguar as condições de produtivização da natureza e/ou politização do consumo.

Sobre as atividades supracitadas, intentou-se reconhecer como se dava o repasse dos conhecimentos adquiridos para as futuras gerações. Percebeu-se que, aproximadamente, a destinação dos aprendizados era distribuída meio a meio. Entenda-se, se dividiam, essencialmente, entre familiares e não familiares. Uma parcela dos conhecimentos adquiridos foi fracionada, basicamente, entre filhos, netos e bisnetos. E, outra parte expressiva era destinada a outras pessoas sem vínculos familiares. Dessa constatação surgiu outra discussão, anteriormente aqui adentrada, àquela que diz respeito sobre como estariam esses conhecimentos sendo pulverizados em diferentes camadas da população? Que indicativos estariam contidos nessa informação? Pressupõe-se que, em relação à idade mais avançada dos produtores, pistas estariam apontando que, toda essa bagagem adquirida em função das atividades de produção e consumo estaria passando por uma renovação, e, dessa forma, podendo sofrer ainda mais influências extraterritoriais. Dentre essas, ressalta-se a possível ocorrência de subjetividades capitalísticas, através dos apelos de apelos de *marketing*, que flutuam de uma maneira subjacente nos nichos de agricultores, que estariam mais impregnados de tradições em suas territorialidades, promovendo uma abertura rumo a desterritorialização e difusão de seus conhecimentos. Facilitando, portanto essas ocorrências, no contexto da pós-modernidade e da globalização.

Diante as suposições anteriores, foi pensado em como mensurar a intensidade de trabalho num período de 12 horas, como forma de entender as relações entre os atores e seu campo de atuação, ou seja, por qual período de tempo os produtores permanecem imersos em suas territorialidades? A partir dos dados obtidos estimou-se que existe uma dedicação praticamente exclusiva aos afazeres agrários, posto que a avaliação revele que há um empreendimento de seis a mais de oito horas de trabalhos por dia, no contexto da maioria dos agricultores, cujo fato poderia ensejar conflitos trabalhistas, não abordados na pesquisa. Ademais, foi observado que menos de um terço deles se dispõe a realizar tarefas abaixo do índice quatro horas de labuta diária. Essa sintomatologia tende a exprimir o quanto esses produtores estão arraigados a sua terra e as suas atividades, numa perspectiva constituída pelas tradições do uso de resíduos orgânicos, que é uma atividade milenar, e permanece até os dias atuais, cuja utilização será comentada mais adiante.

Foram demonstradas, na classificação elaborada por produtores, as qualidades atribuídas para as feiras, através da distinção entre orgânicos e agroecológicos. Logo, foram detectados indícios de que havia movimentos de estruturação para tais atividades. Assim, chegou-se na evidência de que os produtores, do entorno do maciço da Pedra Branca, apresentavam vínculos com algumas entidades. Dentre elas, as de maior protagonismo foram a Rede CAU que engloba diferentes seguimentos e as associações AGROPRATA e AGROVARGEM. Dessa forma, revelou-se que a maioria dos agricultores cultivavam esses vínculos, e concluiu-se, portanto, que por meio dessas associações e redes, as quais estão inseridas, são realizadas diferentes mobilizações em prol de ativismos alimentares, atividades voltadas para a participação em ações de colheitas coletivas. Corroborando, também, para disseminação de conhecimentos e das técnicas empregadas, entre outros fatores, por intermédio do intercâmbio de informações com entes públicos, a exemplo da FIOCRUZ - Fundação Oswaldo Cruz, EMATER/RJ - Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural, EMBRAPA - Empresa de Pesquisa Agropecuária, PESAGRO/RJ - Empresa de pesquisa Agropecuária do Estado do Rio de Janeiro, diferentes Universidades, dentre outras instituições, como também a própria articulação entre os associados. E, através dos fatos verificados, compreensivelmente, foram se descortinando vestígios da ocorrência de politização do consumo, observadas por meio das publicidades sob a forma de agenciamentos e de produtização de elementos da natureza, sob o prisma de uma da “subjetividade verde”. Nesse quesito, sendo representados pelos resíduos agrosilvopastoris, cuja utilização repercutiu de uma maneira particularizada, que será apreciada nos próximos parágrafos.

A essência do estudo evidenciou-se em averiguar como é compreendida a questão da inserção dos preceitos agroecológicos, em relação aos resíduos agrosilvopastoris. Destarte, conclui-se que há uma predominância no entendimento e na utilização da compostagem como sendo a forma mais natural de adubação nas culturas que são oferecidas nas feiras analisadas. Contudo, através do extrativismo, pela retirada do produto e conservação da floresta, acrescido do aproveitamento residual de elementos provenientes deste segmento, comprovou-se que esse material residual também é amplamente utilizado em relação à produção de compostos orgânicos na função de enriquecimento do solo, viabilizando o plantio e manutenção, tanto das culturas orgânicas, quanto das agroecológicas. Abre-se aqui um parêntese, devido o material excedente, comercializado, não estar propriamente retornando às lavouras. Embora já existam ações de recolhimento de resíduos nas feiras, em especial em Vargem Grande, como também

ocorrem novos empreendimentos de coleta de resíduos orgânicos em domicílios, porém são ações pontuais que requerem ainda um desdobramento.

Com o intuito de confirmar as expectativas sobre o aproveitamento residual de uma maneira mais concisa, esmiuçaram-se as formas de utilização das massas orgânicas utilizadas na adubação, visando o enriquecimento do solo para plantio, segregando-as. Dessa forma, foi possível visualizar que a maioria, quase totalitária dos agricultores, utiliza a compostagem como recurso na composição do solo das culturas cultivadas, porém concomitantemente, por vezes, fazem uso de outras técnicas de incorporação de adubos no solo conhecidas como adubação verde, bem como a própria utilização de material bruto. Nesse ínterim, ressalta-se a utilização de torta de mamona, farinha de ossos e calagem, em menor escala. Ainda nessa sequência, foi pesquisado sobre o aprendizado referente ao assunto, cujas expectativas revelaram-se surpreendentes, dado que, a maioria dos agricultores se propõe a adquirir conhecimentos através de diferentes instituições. Esse fator relacionado aos outros supracitados amplia a possibilidade de formação de consensos peculiares, que serão apontadas adiante, sobre a questão relativa à produtivização da natureza, que constitui um dos objetos do estudo.

Assim, em todo o processo relativo à aquisição de dados, ressaltou-se sempre que o foco do estudo estava centrado na utilização dos resíduos agrosilvopastoris, e a sua significância para a comercialização dos produtos. Em função da especificidade dos objetos da pesquisa, conduziu-se o assunto, mais objetivamente, questionando-se sobre como se dava o consumo, daquilo que produziam, sob a influência do *marketing*, relacionado aos produtos orgânicos/agroecológicos. Destarte, a grande maioria dos produtores apontou uma preocupação com a consciência alimentar e também em relação à saúde, em um contexto complexo e global, configurando-se em quase em dois terços dos pesquisados. Contudo, aproximadamente a metade deles, no mesmo grupo, relatou que o consumo se dava por que os produtos eram de origem orgânica, que, se somados a mais um terço daqueles que declararam que o consumo ocorria porque a produção possui características agroecológicas, se configurando numa questão a ser explorada. Identifica-se na análise realizada, portanto, que há pistas que apontam para a existência de um processo de produtivização da natureza, onde o produto seria o próprio resíduo, uma vez que se considera indispensável ao aumento da produtividade, pois pouquíssimos agricultores abdicam da sua utilização. Por vezes, esses resíduos podem ser oriundos de outras origens, não necessariamente das lavouras onde são empregados, podendo trazer questionamentos em relação à pureza dos elementos.

Outra referência, quanto ao objeto da pesquisa, é a questão da ocorrência de um possível ativismo alimentar, cuja pesquisa demonstrou que a produção é direcionada para questões de consumo, que podem envolver modismos em torno das questões alimentares que buscam alternativas de saúde e bem estar, da seguinte maneira: dois terços dos agricultores afirmam que a produção se restringe aos conhecimentos tradicionais locais - cujo modismos poderiam não trazer nenhuma interferência, mas pouco mais de um terço dos inqueridos afirmou que a produção é direcionada para questões de consumo, que envolvem movimentos que indicam um ativismo de ordem alimentar, e, em contrapartida, somente um quinto do total de agricultores negam o fato totalmente. Em relação a essas afirmações, percebe-se uma contradição, dado que aproximadamente mais da metade daqueles que argumentam que não há ativismo, no mesmo grupo, pouco menos da metade discordam dessa ideia quando se cruzam os dados. Outro fator explícito é que apenas um quinto aproximado da totalidade de agricultores questionados, nega veementemente a participação dos produtores em prol de ativismos alimentares. Portanto, em virtude do contraditório e de pouca evidência de negação do fato, percebe-se, portanto, indícios de politização do consumo. Esses paradoxos apontam pistas para a existência de “modos ter” modelados pelo mercado, nos quais emergem identidades psicossociais, por meio de subjetivações operadas pelas redes de capital.

Por fim, ainda se pediu que os agricultores atribuíssem uma nota relativa à importância dos resíduos agrosilvopastoris, correlato à imagem do produto, na comercialização e na sua expressividade para o aumento de produção e consumo. O resultado foi o mais favorável possível para os compostos orgânicos, com aquiescência da maioria dos produtores, indicando que o tema do estudo, com foco nos resíduos, apresentou-se de forma relevante no contexto estudado, pelas notas assinaladas. Ademais, na lógica do capitalismo, a temática da fertilização atribuída aos substratos utilizados no solo, sob o prisma das relações entre a sociedade e a natureza, sugere a ocorrência de ressignificações, onde ambas adquirem novos contornos, diante das estratégias de mercado, com foco voltado para a temática socioambiental.

8.2. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ARGUMENTAÇÕES DOS CONSUMIDORES

Fazendo-se uma análise a respeito dos consumidores, de acordo com os questionários e diálogos constituídos durante a avaliação da pesquisa, de acordo com o tema e os objetivos traçados, foram delimitadas diferentes concepções que serão aqui discutidas.

Inicialmente, ao tentar traçar o perfil do consumidor, foi verificado que a grande maioria das pessoas que consomem os produtos orgânicos/agroecológicos possui uma idade intermediária, contra uma minoria de pessoas mais jovens ou na terceira idade. Deduz-se que nesse grupo provavelmente haja uma maior inquietação em relação ao posicionamento sobre a saúde alimentar, atualmente perpassa por outros paradigmas, ou por mais engajamento nas questões determinadas pelos agenciamentos entre a relação do homem com a natureza, no espectro de um capitalismo rizomático. Embora isso se verifique, entre os jovens percebeu-se um interesse muito grande por esse tipo de produtos, e que, também, os clientes da terceira idade estão mais arraigados ao tipo de alimentação de outrora, atribuindo um menor valor pelos alimentos orgânicos/agroecológicos.

Outros parâmetros trouxeram os dados sobre os gêneros dos frequentadores das feiras, mostrando que a maioria pertence ao grupo feminino e, basicamente, quase a metade desse total de clientes, se autodeclararam do gênero masculino. Apontando para a possibilidade de estratificação dos resultados, de acordo com essa relação, na qual se subtende que as mulheres, ainda na atualidade, se apresentem responsáveis pela elaboração cardápio alimentar da família, portanto, acumulando funções. Ademais, sobre as mulheres, por outro ângulo de observação, verificou-se que muitas estavam no período de gestação ou acompanhadas de bebês, indicando uma possível busca por uma alimentação mais saudável, nestas etapas de suas vidas. Contudo, em geral, foi possível identificar a mesma procura por uma qualidade nos alimentos, e em muitos casos, devido às doenças adquiridas e/ou para o restabelecimento dessas. As situações relatadas acima não descartam as inúmeras possibilidades de se agenciar a natureza, por parte dos insumos empregados na forma de adubação, como também servindo as redes de mercado, sob um prisma de um Ecopoder circulante entre os atores sociais que buscam o “consumo verde”, configurando intervenções biopolíticas, nas quais o não capital se transforma em capital.

De acordo com o nível de escolaridade foi constatado que a maioria dos consumidores possui ensino superior ou pós-graduação, estando esses índices muito próximos um do outro. Essa condição reflete que as pessoas que frequentam as feiras, em geral, apresentam um alto nível de escolaridade, fato que se presume um maior entendimento das ressignificações sobre

a utilização dos resíduos no campo. Também têm condições de maior acesso às mídias, em relação a este tipo de cultivo, cuja alimentação a partir destas produções é considerada, pela grande maioria, como de boa qualidade.

Uma vez traçado um perfil dos consumidores, procurou-se saber como se deu o acesso aos produtos agroecológicos/orgânicos no contexto das feiras visitadas. Dessa forma, percebeu-se que boa parcela dos inqueridos acessaram as feiras devido à proximidade, delas com suas residências. Mas, independente disso, outro tanto buscou esse serviço oferecido por que consomem produtos naturais, de vez em quando. Enquanto que uma parcela menor busca este tipo de consumo por que só se alimentam de produtos orgânicos e/ou agroecológicos exclusivamente. E, somente uma quantidade ínfima de consumidores revelou que buscam esse tipo de alimento porque, de certa forma, existe um modismo envolvendo essas questões alimentares. Portanto, no que tange aos consumidores, pode-se afirmar que não há uma percepção da ocorrência de um ativismo alimentar, pelo menos a esse nível de colocação dos fatos, nem de ocorrência de “*greenwash*”, onde os produtos são revestidos de “verde”, para possivelmente ludibriar o consumidor. Porém, mais adiante, serão feitos cruzamentos das respostas, podendo-se ratificar ou não, tal afirmativa. Não se pode, entretanto, deixar de ressaltar a questão da confiança dos consumidores nos produtores. Essa tendência poderia se confirmar nos próximos questionamentos?

Como o trabalho possui um determinante em relação aos resíduos agrosilvopastoris, buscou-se conhecer o que os frequentadores das feiras pensavam a respeito do assunto. Questionou-se, então, como se dava o conhecimento sobre o aproveitamento residual (adubação) nas culturas plantadas e vendidas nas feiras visitadas. Destarte, confirmou-se a questão da confiança nos agricultores, pois a maioria dos questionados tem a percepção de que como a plantação é agroecológica/orgânica, eles supõem que se usem resíduos naturais na fertilização do solo, para a produção dos alimentos. Ademais, apesar de alguns não conhecerem a forma de utilização dos resíduos nas lavouras, mesmo assim, confiam nos produtores. Esses fatores são acrescidos de outra parcela dos clientes, das feiras, que conhecem a forma de utilização dos resíduos na produção, que também confiam nos produtores. Contudo, aproximadamente um quarto das pessoas inqueridas revelou desconhecer totalmente os processos que envolvem a adubação, e, por conseguinte, como se faz a reutilização dos resíduos agrosilvopastoris, como, também, não conhecem a sua origem.

Fez-se uma sondagem sobre que representação teria os resíduos agrosilvopastoris, no contexto da adubação orgânica/agroecológica, em função da produção obtida. Ou seja, qual seria a finalidade atribuída para essa condição. Primeiramente, praticamente a metade dos consumidores acham que a finalidade está relacionada a uma alimentação livre de agrotóxicos/produtos químicos na produção, e que para esses, é um fator inquestionável. Quanto aos demais, entende-se que aqueles consumidores que declararam desconhecimento sobre o assunto, podem se somar aos outros, que a optaram por uma alimentação saudável, independente da adubação, dado que essa ressalva - relativa ao fato de não se importarem com os procedimentos de fertilização, provavelmente estaria indicando um desconhecimento do assunto. Perfazendo-se, dessa forma, um percentual maior - daqueles que não saberiam expressar qualquer finalidade nesse contexto, cujo total representaria um quinto da população questionada. Outros, aproximadamente um quinto, também, disseram que a finalidade era consumir produtos agroecológicos/orgânicos e certificados. Estes últimos poderiam se somar aos consumidores que procuram por alimentos com o “selo verde”, compondo, aproximadamente, um terço do total pesquisado. Por essa ótica, se poderiam apontar pistas de que tais alimentos, em função de sua adubação natural, dado a associação aos resíduos utilizados, estariam fomentando esse tipo de agricultura. Nesse cenário, esses últimos sinais, representam que aproximadamente a metade dos consumidores questionados poderia, por suas afirmativas, mostrar indícios de ocorrência de produtivização da natureza, em relação aos resíduos agrosilvopastoris. Cruzando-se os dados, considera-se haver uma população de consumidores bem esclarecida, sabendo diferenciar as propostas do estudo, cujos resultados obtidos podem indicar que a pesquisa apresenta-se, subliminarmente, em coerência com a realidade do cotidiano dos envolvidos e confirmam as expectativas traçadas nos questionamentos.

Com o intuito de ratificar a relevância da pesquisa procedeu-se a análise de como era a frequência das pessoas nas feiras, e, por qual período se estendia essa relação. Prioritariamente, mais da metade dos consumidores revelaram que comparecem semanalmente às feiras, seguidos por um quarto dos inqueridos, que garantem que vão de vez em quando fazer suas compras e aproximadamente um quinto destes vão nas feiras de 15 em 15 dias, ou, no mínimo, uma vez por mês. Sendo que, quase a metade dos consumidores questionados frequentam as feiras por vários anos, alguns desde o início destas, e outros por meses ou semanas. O fato atestado permite que se alegue que há um bom nível de adesão dos consumidores a este tipo de comércio, podendo se constatar, inclusive, pela correlação entre os fatores pesquisados, que:

um tanto desse comportamento explica-se pelo o fator de confiabilidade entre produtores e consumidores. Outra possibilidade expressada pelo grupo é que existe a necessidade do acréscimo de mais pontos de comercialização deste tipo de produção.

Sobre a possibilidade de haver ou não uma hegemonia dos produtos naturais sobre os outros tipos de alimentos, questionou-se como se daria a relação entre alimentos de origem orgânica e/ou agroecológica com os demais. Confirmou-se que a maioria de pessoas frequentadoras das feiras opta por produtos naturais, sem, contudo, fazê-la de modo exclusivo em sua alimentação, apesar de todos os prováveis movimentos de politização do consumo. Garante-se que esses ativismos possam ocorrer, acrescidos dos fatores voltados para uma produtilização da natureza, na condição de uma classificação para a possível existência de um “consumo verde”. Mesmo assim, os consumidores não conseguem fazer uma alimentação exclusivamente natural, porque, segundo os envolvidos na pesquisa, relataram que o fato de não terem essa opção de consumo, é devida a oferta se apresentar menor que a procura. Isto é, existem poucos pontos de comercialização em função da demanda por estes produtos, na comunicação estabelecida com os consumidores das feiras apreciadas no perímetro do Maciço da Pedra Branca, o que não se pode, ainda, confirmar um nível macro de apreciação desses elementos.

Por outro ângulo, a pesquisa quis aferir como os consumidores das feiras, que distribuem produtos com as características de produtos “agroecológicos” e “orgânicos”, têm o entendimento do que representam os respectivos termos. Em suma, se eles sabem, de fato, que produtos estão consumindo? Nesse ínterim, há um indicativo em relação aos “orgânicos” que, para mais da metade dos consumidores, existe uma compreensão de que estes produtos estão livres de agrotóxicos e insumos químicos. O que se percebe no conjunto de respostas é que, no entendimento deles, não existe nenhuma química atrelada aos processos de produção. De uma forma generalizada, as demais conjecturas vem de encontro ao que foi delineado nos conceitos sobre os alimentos orgânicos/agroecológicos ao longo do estudo, aqui pré-estabelecidos. Contudo, destacaram-se nos comentários dos consumidores algumas características a ressaltar, como por exemplo: a condição dos alimentos terem selos orgânicos; produção em escala “verde” e certificação, demonstrando que há uma leve inclinação para a ocorrência de produtilização da natureza, em relação aos elementos comercializados. Assim, possivelmente, o indicativo para “produto orgânico” se baseou no *marketing* exercido sobre os mesmos. Entretanto, não houve a mesma percepção em relação aos resíduos, neste contexto. Apesar disso, pouco mais de um décimo dos consumidores acredita que os termos “agroecológico” e

“orgânico” são a mesma coisa. Isto é, a parcela com tal entendimento, demonstra desconhecer ambas as denominações, para efeitos da pesquisa. Quanto à designação “agroecológico”, quase a metade das pessoas questionadas, não sabem o seu significado, mantendo o mesmo comportamento para a aquisição dos produtos. A outra parte restante - excetuando-se aqueles que confundem os termos, e os que não dominam a nomenclatura, também tem uma ideia razoável do significado da palavra em questão. Os dados foram apreciados em separado, mas confirmam que em relação aos dois termos, que grande parte dos inqueridos, desconhece ou confundem as especificidades dos produtos comercializados nas feiras. Em relação as tais finalidades do plantio não há uma clareza quanto à utilização dos resíduos nesse contexto. Apesar disso, será delineado adiante, o grau de confiabilidade nos produtores, que corroboram para uma boa impressão dos mesmos.

A partir das aferições anteriores, foi feito um direcionamento mais preciso em relação às questões voltadas para os temas “produtividade da natureza” e “política do consumo” perguntando-se sobre o “selo verde”, no sentido de explicitar questões relativas à produção veiculada nas feiras. Assim, consultou-se em referência aos resíduos, enquanto componentes de produção, se trariam ou não a percepção de um produto, enquanto insumo. E, se haveria alguma tendência ou modismos em função do consumo de alimentos rotulados como “verdes”. Depreendeu-se através dos resultados que a amostragem ficou dividida igualmente, ou seja, a metade citou que apenas tinha uma sensação de bem estar, ao consumir os alimentos orgânicos/agroecológicos. Mas a outra metade declarou haver um engajamento politizado para o consumo de produtos com “selo verde”. De que forma, em face ao empate, a questão poderia trazer um resultado mais conciso? A problemática foi colocada de forma aberta, isto é, tinha a opção para outros posicionamentos, visando acrescentar opiniões variadas. Então, verificou-se que há políticas ambientais direcionadas ao consumo “verde”, através das possíveis influências trazidas, no sentido da política do consumo, nas palavras dos consumidores. Ademais, por esse foco, ocorre uma preocupação com a natureza, deduzindo-se que os “produtos verdes”, podem funcionar como colaboradores nesse sistema. Entendendo-se, também, esses produtos como sendo fatores de promoção de qualidade e saúde, estando colimados com o objeto da pesquisa. Portanto, a partir disso, explicita-se uma provável “política do consumo”. Quanto à “produtividade da natureza” vem como uma visão subjacente, no segmento dos consumidores. Enfatiza-se, nesse cenário, a necessidade de uma reflexão crítica sobre a promoção de uma autonomia sobre um “discurso verde”, que poderia vir a promover o material residual como componente de um *marketing* maquiado, na lógica “*prêt-à-porter*” – pronto para

uso, ou seja, pronto para ser consumido, no sentido aproximá-los das práticas mercadológicas de incentivo ao consumo.

Dando-se continuidade a análise das arguições, sempre com o foco voltado para os resíduos agrosilvopastoris, os autores da pesquisa consideraram saber: como se dava o conhecimento de questões relativas às inteirações sobre assuntos relacionados ao consumo de alimentos orgânicos e/ou agroecológicos. Ficou evidenciado que esses conhecimentos advinham em pequena escala de informações, geradas nas mídias de televisão, rádio e similares, enquanto que uma parcela um pouco maior era adquirida das consultas aos livros, e, mais da metade dos consumidores se informavam sobre o assunto pela internet, na qual se deduz haver uma busca pelo assunto. Nesse panorama, observa-se um parâmetro incisivo, sem, contudo, deixar de reconhecer a relevância da influência do *marketing*. Já que ele existe no mundo virtual, através de redes sociotécnicas e da veiculação de assuntos que podem elevar os objetos conceituais da pesquisa, posto que estes estejam implícitos nos meios de informação. Desenrola-se, assim, a relativização da possível evidência da existência de uma “politização do consumo” e “produtivização da natureza”, pelo incremento do uso das redes tecnológicas, nas quais se podem colocar o argumento “verde” como protagonista, estreitando a distância entre os consumidores e as parcelas referentes aos insumos usados na fertilização do solo. Ademais, a questão formulada foi aberta, no sentido de colher outras perspectivas relativas à absorção de conhecimentos, direcionados para a compostagem e afins, nas quais surgiu um rol de possibilidades. Efetivamente, pode-se dizer que essas outras respostas, não deram margem a formação de um consenso sobre o assunto. Acrescenta-se que o quantitativo apreciado nos demais meios, não citados expressamente, resumiu-se a poucas pessoas, que emitiram opiniões diversas, das quais se pode abstrair de alguma possibilidade de relevância sobre os fatos dos resíduos utilizados, na abertura delegada à questão.

Em outra questão, fez-se uma abordagem em decorrência daquilo que fora presumido, por ocasião das visitas preliminares às feiras. Na qual se buscou um entendimento de uma possível suscetibilidade correlata aos objetos da pesquisa. Em uma das vertentes, intencionou-se perceber como as campanhas em torno do consumo de produtos “verdes” influenciavam nas escolhas pelos mesmos. Após os questionamentos, verificou-se que, de fato, há uma alguma interferência sobre a forma de consumir esses produtos, exercida pelas mídias, que podem de alguma forma, induzir os consumidores a compra-los das feiras, ainda que por um sugestionamento casual. Em relação a esse fato, uma grande parcela dos clientes se sente sob a influência, total ou parcial, pelas escolhas que envolvem o consumo dos “produtos verdes”. Isto

é, àqueles que são mascarados pelo *marketing* numa lógica, por vezes, superficial e distante das suas reais práticas dentro do mercado de alimentos.

Com a finalidade de explicitar a questão dos resíduos agrosilvopastoris, no contexto da produção de orgânicos/agroecológicos, questionou-se: como seria a expectativa desse consumo alternativo, frente a utilização dos resíduos? Ou seja, como seria o uso da matéria orgânica, como adubação nas culturas, em relação à diminuição de resíduos dessa ordem no ambiente? Explicitando-se que: de forma contrária, se não absorvidos para a adubação, provavelmente seriam descartados inadequadamente. As respostas foram expressivas, no que tange a incorporação desses resíduos ao solo, proporcionando outra visão, diferenciada, atendendo a finalidade de adubar. Constatou-se que quase a totalidade dos inqueridos entendeu a destinação certa do material orgânico, que em função de fertilizar o solo é fundamental, depreendendo-se a relevância do assunto em questão.

Finalmente, na avaliação dos resultados foram expostas duas imagens. A primeira, apresentada aos consumidores, provocava uma diagnose de uma figura, que representava a adição de resíduos ao solo, para a qual se sugeriu expressá-la em uma só palavra. A exposição dessa imagem teve como objetivo captar a subjetivação da representatividade da mesma. A outra imagem trouxe a tradução das expectativas provocadas pela primeira figura, apresentada para os consumidores, cujo desenrolar veio sob a forma de uma nuvem de palavras, realizada no *Atlas ti*. A expressividade revelada, na concretude da apreciação, veio por intermédio daquelas palavras que apareceram em destaque, que foram respectivamente: saúde, vida, reaproveitamento, sustentabilidade e natureza, entre outras. Ao se realizar uma conexão entre essas palavras com suas subjetivações, podem-se fazer várias conjecturas, em função da relevância do tema, dos significados explícitos, das ressignificações do material residual e das expectativas dos consumidores, contidos na essência do estudo, em especial a compreensão e interpretação sobre o reaproveitamento de materiais orgânicos.

Uma vez comentadas a variáveis em relação aos produtores e consumidores, propõe-se uma visão mais generalizada através do aporte das entrevistas no próximo bloco.

8.3. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS DAS ENTREVISTAS PARA REPRESENTANTES DA AGROPRATA E AGROVARGEM

As entrevistas para os representantes da AGROPRATA e AGROVARGEM englobam basicamente os mesmos questionamentos, portanto, foram analisadas em conjunto, apesar de apresentarem cada uma delas, as suas peculiaridades, uma vez que surgiram em momentos distintos, localizações distintas e também possuem objetivos diferentes de atuação. Quanto, a saber, como se dá a relação de pureza e da segurança dos alimentos comercializados, as propostas são basicamente iguais. Nesse quesito, ressaltou-se a presença da ABIO-RJ, no cumprimento das funções de verificações periódicas realizadas por seus técnicos através do SPG, organizado pela REDE CAU. O credenciamento dos agricultores de ambas as associações é feito junto ao MAPA, portanto o processo de certificação é garantido pelas mesmas entidades e com a mesma finalidade.

Esclarecida essa parte, pode-se dizer que as associações primam pela utilização de compostagem, adubação verde e adubação de origem animal - os esterco de boi e galinha, com algumas restrições em relação ao excesso de nitrogênio, oriundo das camas de galinhas, como forma de fomentar o enriquecimento do solo. Outra discussão vem em torno da finalidade de cada uma das associações, destacando-se os tipos de subjetividades impostas na veiculação das mídias presentes nas feiras. Como se pode verificar na figura 31, onde se percebe que as denominações midiáticas, nas feiras, aparecem em palavras de ordem, inclusas nas vestimentas e na veiculação das propagandas nas barracas, que estão fundadas nas designações de “agroecológicas” e “orgânicas”, que segundo a classificação dos representantes operam no sentido de delimitar essas características. Embora a AGROPRATA seja essencialmente orgânica, as feiras “da Roça” e a da UERJ, compostas por um núcleo mais abrangente de produtores, estão inseridas na modalidade “agroecológica”, de acordo com seus representantes. Ressaltando-se que existe de fato essas duas possibilidades do orgânico e do agroecológico em todas as feiras, que não se conflitam, na visão dos consumidores, pelas características dos produtos e resíduos utilizados para enriquecimento do solo.

A figura 31, apresentada no capítulo referente à análise de resultados do questionário para produtores, representa bem a discussão acima elaborada, embora não cause maiores emaranhados em relação à interpretação dos consumidores, em função de alguma distinção entre as denominações. Muito pelo contrário, conforme o cruzamento dos dados foi verificado que àqueles que consomem, dominam, evidentemente, conhecimentos em torno da palavra “Orgânicos”.

Quanto aos objetivos do estudo, no contexto do consumo, foi questionada como era a percepção da veiculação de propagandas a respeito das grifes, na qualidade de marcas distintivas “verdes”, mostradas no parágrafo anterior. Nesse ínterim, a AGROPRATA, na figura da sua representante, percebe que a questão agrega vantagens econômicas para o grupo. Para a AGROVARGEM, de acordo com a entrevista, essas propagandas estão voltadas para o mercado, entretanto, foi ressaltado por ambas, que a filosofia do agroecológico/orgânico está vinculada às propostas ambiental e social. Ao se suscitar sobre o prêmio ganho sobre as “Maravilhas Gastronômicas do Estado do Rio de Janeiro”, constatou-se que também possa ter contribuído, com o sucesso da “Banana Maravilha”, para dar maior visibilidade à produção local, devido ao *marketing* em torno da cultura agroecológica. Como relatado anteriormente, esse é um exemplo clássico para expansão comercial do produto. Contudo, não se excluem as possibilidades de ocorrência “*kits de subjetividades*” subjacentes nas relações midiáticas, sob a orientação do *marketing* instituído nas feiras, por conta dessas veiculações de acesso ao público consumidor. Elevando esses produtos ao padrão “verde” fica perceptível que: na contemporaneidade, desviando-se o foco da produção para o consumo, através dessas publicidades, se reconhece que as sugestões midiáticas engendram modelagens marcárias, sob a ótica de um capitalismo rizomático e conexcionista e podem vir a ajudar nos movimentos dos “*kits de subjetividades*”, que podem colar e descolar na mente dos envolvidos, criando identidades transitórias e fluidas, podendo influenciar nas decisões de compra.

Por fim, foram identificados quantitativos de produtores, diferenciados por categorias e de ordem distintas, distribuídos entre 25 produtores e cinco colaboradores na AGROPRATA, e em 25 famílias que concorrem para a produção da AGROVARGEM. Como ressaltado anteriormente, a pesquisa objetivava elaborar questionários para 50 produtores. Porém, estes não se apresentam estáticos e com regularidade nas feiras, que foram apreciadas inicialmente. Em função disso, foram agregados ao espectro do estudo, produtores que mantivessem as características inerentes ao entorno do Maciço da Pedra Branca, aos preceitos do locavorismo e que também àqueles que se relacionavam com as associações em observação na pesquisa, ampliando a margem desses questionamentos.

8.4. DISCUSSÃO DA ENTREVISTA PARA REPRESENTANTES DA REDE CAU E SUA CORRELAÇÃO COM AS ASSOCIAÇÕES AGROPRATA E AGROVARGEM

Uma vez delineadas e discutidas as funções das associações, com as quais a Rede CAU interage, foi relatado que essas redes de comunicação se ampliam trazendo outras inteirações,

de acordo com a Figura 32, abaixo, construída através do *Atlas-ti*, na qual se pode perceber a abrangência de relacionamentos entre os entes constituídos, a partir das principais parcerias reveladas pelos representantes entrevistados.

Figura 31: Rede de relacionamentos das principais entidades do entorno do PEPB, construída a partir do Atlas-ti.

Fonte: Elaboração da autora

A figura 32, a título de ilustração, delimita os principais componentes da rede de relacionamentos constituída entre as entidades no entorno do Maciço da Pedra Branca.

A extensão dos contatos das redes aponta para outras questões prementes. Quando se abordou o assunto sobre de pureza e segurança dos alimentos comercializados percebeu-se que as redes em observação operam em conjunto, com aquiescência da ABIO-RJ, através do SPG, sob organização da REDE CAU, em cujo credenciamento dos agricultores das associações é feito junto ao MAPA, garantindo assim o processo de certificação. Em decorrência disso, confirma-se a hegemonia da utilização do composto orgânico, no quesito adubação, seguido pela adubação verde e da utilização de materiais provenientes dos processos agroflorestais. A compostagem, dessa forma, adquire a representação de um produto, como se fosse uma marca, um selo “verde” de garantia, junto aos consumidores. E por que não dizer, entre os produtores e seus representantes, dado que se torna o elemento mais expressivo em relação à fertilização do solo, imprescindível ao desenvolvimento dos cultivos realizados, no qual se vislumbra a possibilidade de estar ocorrendo um fator positivo no *marketing* de promoção desses produtos, no consumo e comercialização dos orgânicos e agroecológicos. Em relação à representatividade expressa entre os sujeitos constituídos, na Rede CAU, pode-se dizer que ocorre na horizontalidade, observando-se fatores como: a descentralização; o protagonismo das mulheres e dos jovens; respeito às tradições locais e principalmente a participação política, garantida a todos os constituintes das redes e associações. Fez-se uma abordagem sobre como se daria a percepção da veiculação de propagandas a respeito das grifes alimentares representadas por marcas distintivas “verdes”, nas quais não se percebeu nenhum conflito de ideias. Todos os representantes de redes e associações, de forma pouco diferenciada, expressaram que a propaganda, de certa forma, ajuda na qualificação dos produtos naturais para o consumo e comercialização dos mesmos. Segundo eles, a mídia está voltada para o mercado, sendo ressaltada que a filosofia do agroecológico/orgânico está atrelada às propostas de cunho ambiental e social. Nesse contexto, que encera um fluxo, onde há a percepção de pistas para

ocorrência de uma militância e de uma politização para o consumo, em relação aos resíduos agrosilvopastoris, na condição de elementos, que também podem apontar para uma produtilização da natureza. A discussão sobre a compreensão dos termos “agroecológico” e “orgânicos, evidenciou na rede CAU, que o enfoque foi dado por uma visão estritamente social, enquanto que a AGROPRATA e AGROVARGEM observou-se a questão sobre outro prisma, relativo aos próprios negócios. A primeira rede, AGROPRATA está associada à comercialização e consumo de orgânicos exclusivamente e, a segunda - AGROVARGEM, também está voltada para os alimentos agroecológicos. Contudo, verificou-se, à exemplo dos consumidores das feiras, que tanto os produtos quanto os conceitos emitidos sobre os temas orgânico/ agroecológico, se confundem e se misturam um pouco. Suscitou-se, ainda, conhecer como se dava o relacionamento entre os produtores, no qual se revelou a ocorrência de parcerias bastante consistentes nos seus campos de atuação. E, finalmente, quanto ao quantitativo entre os produtores, verificou-se que no âmbito da Rede CAU que há praticamente o dobro de atores, em relação às outras duas associações, revelando a amplitude e a hegemonia da rede sobre as outras duas associações.

8.5. DISCUSSÃO DOS ARGUMENTOS INERENTES À REPRESENTATIVIDADE DOS ENTES DO SETOR PÚBLICO E DA SOCIEDADE CIVIL, NA CONCEPÇÃO DA COMISSÃO DE PRODUÇÃO ORGÂNICA/ RJ VERSUS OS RELATOS DAS ASSOCIAÇÕES E REDES APRECIADAS

Basicamente foram evidenciadas algumas críticas pontuais em relação às falas estabelecidas anteriormente, como também foram apontados fatores que justificam as práticas dos produtores. Primeiramente, houve uma segregação de ordem técnica em relação das atividades familiares, orgânicas e florestais, que permitiu compreender as funções de cada parcela, e diferenciá-las, segundo a representante do segmento. Assim, destaca-se que o entendimento da questão perpassa por significações alusivas aos fatores de pertencimento, que podem ser apontados na veiculação do *marketing* ambiental no âmbito das feiras analisadas.

Em outro panorama, declinou-se sobre a origem das sementes orgânicas e a dificuldade em obtê-las, fator pouco explorado pelas outras representações, ressignificando as atividades e classificando-as em relação à produção de sementes, por hora, em um estágio ainda em transição. Por conseguinte, ainda não operando em sua plenitude. Outras evidências não aludidas, até então, durante a pesquisa, são os enfrentamentos que os agricultores têm, constantemente, em função das condições ambientais impostas, como o pousio da terra, por

exemplo, já mencionado. Esses obstáculos naturais podem, por vezes, apontar para indícios de outros paliativos, com a tentativa de atender a clientela, podendo propiciar o envolvimento de outros agricultores, que poderiam ter propostas diferenciadas ao cultivo em questão. Esse fato, a princípio, poderia dispor de alvos distanciados daqueles disseminados nas ações de ordem midiáticas, no consumo final nas feiras.

Quanto à fertilização do solo, fez-se notar, nos questionamentos, algumas particularidades de menor importância, visto que o consenso geral aponta para a compostagem dos resíduos agrosilvopastoris. O que reforça a ideia de produtivização da natureza pela natureza.

Quanto à aparência dos produtos em função de suas finalidades, seriam possivelmente em razão do *marketing* e da comercialização a que se destinam. A questão não foi abordada pelos representantes do setor, mas delineada de forma regular pela figura da representante da comissão de orgânicos. Inclusive revelou-se como uma prioridade estabelecida pelos próprios produtores, a situação de manutenção das qualidades intrínsecas aos produtos orgânicos/agroecológicos em decorrência de fatores como: transporte, exposição ao calor, acondicionamento dos produtos, entre outros. Quanto à percepção das demandas de *marketing* nas feiras com base nos resíduos agrosilvopastoris, o consenso entre todos os abordados aponta para identificação dos alimentos rotulados como sendo das categorias entendidas como “verdes”, quando em função do uso da compostagem desses resíduos de origem orgânica. Há de certa forma, também, uma concordância em torno de supostos vestígios acerca de ocorrência de ativismos relacionados a essa questão, dado que a compostagem é de fundamental importância na produção de orgânicos e agroecológicos.

Finalmente, perguntou-se se os resíduos agrosilvopastoris concorrem para que ocorra a produtivização da natureza, a resposta foi tida como assertiva, justificando-se que, de fato, que esses resíduos corroboram com a ideia veiculada nas mídias. Pois um material da natureza aproveitado sob a forma de um produto, supõe-se que funcionaria como uma garantia, sob a égide do selo “verde”, no panorama das feiras orgânicas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo se pautou sob a configuração dos “*Kits* de subjetividade” que podem atuar sobre produtores e consumidores do entorno do maciço da Pedra Branca, dando forma aos movimentos de produtivização da natureza e politização do consumo. Nessa primeira

perspectiva, faz-se uma alusão a uma transação, cujo capital estaria distribuído entre os constituintes dos negócios. Sugere-se, portanto, que o empreendimento estaria focado na representação dos “resíduos”, como parte geradora dos lucros. Nesse ínterim, tencionou-se esmiuçar a influência dos resíduos na comercialização de orgânicos/agroecológicos, sob a égide das possíveis ocorrências de subjetivações, que operam no regime da descartabilidade e que, por vezes povoam as mentes dos atores envolvidos nos processos de comercialização, dentro da sociedade de consumo. Dessa forma são criadas identidades com novas simbologias ressignificadas e atraentes para o consumidor. A partir daí, os mecanismos investigativos concentraram-se nas possibilidades da ocorrência de produtização de natureza, na qual o produto seria o próprio resíduo. Por conta disso, verificou-se, concomitantemente, o aparecimento de movimentos de politização para o consumo, incrementados por ativismos que podem vincular o material residual como uma espécie de garantia dos produtos finais. Esses poderiam ser comercializados sob o sustentáculo de elementos naturais, “verdes” ou ainda como detentores de um “selo” ou de uma “grife”, responsáveis por qualidades inerentes àquilo que se quer comercializar, sendo a representatividade daquilo que se pretende que se consuma, elevando-os à condição de elementos *“prêt-à-porter”*. Por outro ângulo, por parte dos consumidores, também pode ocorrer a viabilidade desses quererem adentrar à grupos de pessoas que priorizam a alimentação natural, como forma de pertencimento aos modismos inerentes à sociedade de controle. O sujeito pós-moderno se encaminha da disciplina ao controle, cujo curso, na contemporaneidade, torna-se estritamente regulado pelo desejo, pela publicidade e influência das marcas, no contexto de modos de ser “ecologicamente correto”, referenciado como “verde”. Portanto, atraente e atravessado pelos conceitos de sustentabilidade, a partir da lógica psicossocial e ambiental.

Em relação ao campo de pesquisa, se trouxe a figura de fazenda urbana, que é a representação da produção local imediatamente conduzida à mesa dos consumidores, interagindo com os propósitos do locavorismo, trazendo estímulos ao consumo consciente e agregando sustentabilidade.

9.1. Conclusões

O processo investigativo ocorreu a partir dos meados de 2018 até setembro de 2019. A pesquisa foi norteada por duas linhas de pensamento distintas. Por vezes, sendo delimitada, em moldes, devido às características propostas e a convergência de ideias com os autores

elencados. Promovendo um pensar a partir das esferas de subjetivação e da psicossociologia, que atua interligando o meio ambiente e as relações sociais, trazendo, a despeito dos atores elencados, uma visão peculiar: na qual a produtilização da natureza e a politização do consumo fariam parte de um processo de moldagem, em substituição aos antigos modos de confinamentos, uma vez que na contemporaneidade a sociedade disciplinar adentra à sociedade de controle. O estudo, também, perpassa por questões sobre a globalização, enfraquecimento das comunidades e conseqüentemente pela cultura consumista que a internet oferece.

Assim, foram observados indicadores de consumo e desenvolvimento, demonstrado por uma orientação de crescimento exponencial tanto de população quanto de material residual. Em especial, pontou-se que nem sempre os resíduos gerados retornam ao local de origem. Portanto, a pesquisa se fundamentou na ressignificação dos resíduos do campo. Também, foram observados os critérios de locavorismo em relação à distribuição dos alimentos. Dessa forma, o estudo aportou a observância das atividades das feiras, cujas produções são provenientes das comunidades de agricultores, bem como se utilizou das observações subliminares apreendidas no processo da pesquisa. Utilizando-se dos preceitos da psicossociologia como elemento de reconhecimento de possíveis ocorrências de produtilização da natureza e análise da probabilidade do aparecimento de processos de politização do consumo, tendo como ponto de partida as particularidades locais.

Neste cenário, atentou-se para o fato de que as identidades estão em constante construção do ponto de vista dos modos de ser ecologicamente corretos, sob a influência de “*Kits* de subjetividade”, através de uma pluralidade subjetiva, que impulsiona o capital mundial, que promove as intervenções sociais e as captura por intermédio do consumo. Dessa forma, acentuou-se a compreensão dos conceitos epistemológicos que expressam o pensamento rizomático complexo, no qual se destacou que um rizoma é feito de dimensões e não de unidades, tendo como característica direções movediças, sem início nem fim, se constituindo de multiplicidades, sob um prisma de um Ecopoder circulante entre os atores sociais que buscam o “consumo verde”, configurando intervenções biopolíticas, nas quais o não capital se transforma em capital.

Assim, questionou-se sobre a possibilidade um desejo contido de um retorno às formas originais de viver, de pensar e de criar no campo da produção de orgânicos. Que podem gerar novos processos de inclusão, emprego e renda, cuja educação nesse sentido, pode ter a função de

alavancar uma economia inclusiva. E, portanto, o uso alternativo de resíduos sólidos de origem orgânica, provenientes de atividades agrícolas e florestais através de alternativas “ambientalmente corretas”, pela observância dos modelos de utilização de resíduos, podem trazer novas perspectivas no campo de estudo. Destarte, é o que se pretende através da devolução dos resultados para as comunidades investigadas.

A partir das observações preliminares, concluiu-se quanto à análise, a proposta de uma série de etapas. Primeiramente, foram feitos questionamentos que pudessem revelar o perfil dos atores da pesquisa. Sintetizando-se que, ambos, consumidores e produtores são em geral pessoas maduras, constatação na qual se acena para algumas particularidades. Uma se deve continuidade das atividades, na medida em que essas pessoas estão envelhecendo, e, o repasse dos ensinamentos é estendido para os que não são familiares, apontando para pistas que indicam a difusão de conhecimentos. Isso seria uma questão positivamente considerável, com bons prognósticos, mas com características de desterritorialização. Nesse contexto, ressalta-se que há uma expansão do capital territorial que coloniza os espaços sociais, modelando as subjetividades dos indivíduos, podendo gerar o enfraquecimento da ideia de comunidade. Embora, mantenham-se algumas tradicionalidades, que se apresentam congruentes com os novos modos de ser “verde”, adaptando-se à temática ambiental e a mercantilização contemporânea.

Quanto à autodeclaração de gênero, notou-se uma pequena prevalência do gênero feminino entre produtores e consumidores, concluindo-se que os fatos se justificam por diferentes óticas. Se por um lado percebe-se a emancipação feminina, por outro ainda prevalece a liderança do matriarcado. É visível no mundo contemporâneo, o protagonismo das mulheres, tanto nas lutas sociais, quanto nas experiências da agricultura urbana. Destaca-se nesse cenário, a participação política e propostas de manutenção por uma alimentação saudável, sob a égide de um provável ativismo alimentar. E, concomitantemente, percebe-se que, existe uma proposta de aproximação dos seus territórios, através de uma ressignificação das tradições, que se traduzem pela a união entre elas e pelo arregimentar de crianças, adolescentes e jovens.

Quando ao grau de escolaridade conclui-se que há uma discrepância acentuada na comparação efetuada nos segmentos observados. Nos agricultores, cuja maioria teve acesso ao nível fundamental e médio, com alguma preponderância do ensino fundamental, notou-se um declínio comparado a um grau mais elevado de aprendizagem formal. Na parcela dos consumidores, a maioria dos deles, possui ensino superior ou pós-graduação, estando esses

índices muito próximos um do outro. Contudo, os produtores são bastante perspicazes em função dos propósitos da pesquisa, e, se apresentaram bastantes sensíveis à compreensão do objeto do estudo, com um bom discernimento sobre as práticas realizadas e, com uma abertura às novas formas de construção do conhecimento e um senso de pertencimento das causas defendidas por eles. Os consumidores mais escolarizados primam também pelo desejo de pertencer a grupos mais seletos e engajados no discurso da alimentação saudável, em consonância com a natureza e a sustentabilidade.

Aspectos pontuais foram detectados. Uma parcela de idosos, consumidores, prima por sabedoria frente a uma alimentação saudável, mas outros apresentam algumas resistências em relação às escolhas no campo alimentar. Os mais jovens, que aparecem em menor escala, são bem intencionados em relação à alimentação, cabendo ressaltar ainda a procura dos produtos orgânicos/agroecológicos, em função de circunstâncias como gravidez, preocupação que ocorre em ambos os gêneros. Os mesmos cuidados ocorrem em função do pós-parto. Bem como, há a recorrência às feiras de pessoas adoentadas ou em recuperação, este último fator, em todas as faixas etárias. Percebe-se nesse ínterim, o reflexo do consumo na era da liquidez, que se traduz em apropriação alimentar por etapas de vida, em um tempo descontínuo e fluido, no qual os interregnos são preenchidos pelas mídias ou delimitados por agenciamentos e regidos pelo capital.

Assim, em decorrência das questões que levam os atores estarem predispostos a se engajarem nos movimentos deliberados pelas feiras, concluiu-se que, na opinião de ambos - consumidores e produtores, que a frequência na aquisição de produtos é boa e os motivos dos mais variados: pelo acesso facilitado - comercialização locávora, por morarem próximos ao local de distribuição; por motivos de saúde; por motivos de doença, entre outros. Porém não se abstiveram da questão relacionada ao consumo, que também envolve o modismo por esse tipo de produto. Contudo, a percepção registrada é de que deveria haver mais pontos de comercialização de orgânicos e agroflorestais no contexto da cidade, segundo as interlocuções captadas, independentes dos questionários.

Nessa sequência, o tempo de atuação no ramo indicou que boa parte dos agricultores entrevistados tem uma participação ativa por mais de 15 anos nessas atividades, e esse quantitativo vai decrescendo, a partir daí. Abre-se aqui uma lacuna, pois pressupõe-se que muitos trabalhadores já tenham alcançado idade superior estimada em lei, porém esse fator não foi apreciado. Curiosamente, muitos consumidores acompanham a escalada das feiras, muitos

desde a sua fundação. O fato se remete para uma relevância sobre as experiências adquiridas ao longo do tempo, apontando pistas determinantes em relação ao objeto do estudo, quanto à produtilização dos resíduos, tanto quanto à politização do consumo.

Nesse ínterim, ressaltou-se que, ao se observar a caracterização dos segmentos dessas lavouras, nas categorias familiar, não familiar e/ou extrativista; ficou evidenciada que a grande maioria dos produtores, enquadrados em suas atividades como sendo de caráter familiar. Concluiu-se, em decorrência disso, que existe uma dedicação praticamente exclusiva aos afazeres agrários, de trabalhos por hora/dia, no contexto da maioria dos agricultores, gerando uma expectativa de regulamentação de ordem trabalhista, pois muitos trabalham além das possibilidades horárias para a lida na lavoura, porém essa delimitação não consta no contexto do estudo. Assim, para a parcela de agricultores do entorno do Maciço da Pedra Branca, ressalta-se a classificação do Parque Estadual da Pedra Branca como sendo uma reserva extrativista, em relação ao uso dos resíduos sólidos da floresta e nas extrações dos cultivos efetuados no perímetro do maciço, em função da moradia dos produtores nos seus arredores. A existência de condições favoráveis ao extrativismo evidencia que, essa especulação foi decisiva no encaminhamento do trabalho e teve a finalidade de assegurar que, o campo de estudo foi relevante para o entendimento das relações que envolvem a comercialização, face à natureza e às sociedades envolvidas. Destarte, visou comprovar as possíveis condições de produtilização da natureza e/ou politização do consumo, em relação ao uso dos resíduos sólidos da floresta, utilizados para suas próprias produções.

Em outro cenário, revelou-se uma despreocupação em relação às palavras de ordem veiculadas através das publicidades implícitas nas feiras, subjugando-as aos estratos mais subjetivos das representatividades estereotipadas nessas mídias. Como forma de aferição dos objetos da pesquisa, levantou-se um questionamento a respeito de quais elementos se caracterizavam como “orgânicos” e quais teriam as características de “agroecológicos”, dado que as denominações são ostensivamente utilizadas nas publicidades e falas, no contexto das feiras. Compreendendo-se, a partir daí, que os resultados obtidos se apresentavam com pouca clareza, em função das palavras de ordem disseminadas nas feiras. Essas vão desde acharem que ambos os termos têm o mesmo significado, até a revelação de um grande desconhecimento daquilo que representa o termo “agroecológico”, destacando-se que há uma prevalência de conhecimentos sobre o que significa a palavra “orgânico”. Dentre essas perspectivas, aponta-se a possibilidade de ocorrência de “kits de subjetividade”, através dos apelos de *marketing*, que flutuam de uma maneira subjacente nos nichos de agricultores/consumidores, promovendo

esse material residual à categoria de produtos, que se justificariam pela pureza dos elementos a serem consumidos, sobretudo, porque se percebe haver algum desconhecimento técnico, em relação às condições de produção, por parte dos consumidores. Tais ocorrências podem estar sinalizando que exista, de fato, uma produtização da natureza, no tocante a promoção dos resíduos a esse *status*, ainda que seja na condição da natureza pela própria natureza. O que seria um fator atenuante, mas não descaracterizaria a construção de pensamento elaborado sobre a produtização.

A suposição do parágrafo anterior induz a outra conclusão, que se restringiu na maneira de como se dava o conhecimento sobre o aproveitamento residual (adubação) nas culturas plantadas e vendidas nas feiras visitadas, por parte dos consumidores. Há que se ressaltar que, grande parte dos resíduos é utilizada sob a forma de compostos orgânicos, não se dispensando outros elementos como adubação verde e o aproveitamento dos resíduos das florestas, por exemplo. Em relação a essa utilização residual, conclui-se, para tanto, que há uma confiança nos agricultores, por parte dos consumidores, embora ainda não haja uma política de retorno de excedentes orgânicos por parte dos consumidores, que poderiam ampliar os processos de compostagem. Em decorrência da visão de que a maioria dos questionados têm a percepção que - sendo a plantação agroecológica/orgânica, se supõem que se usem resíduos naturais, na fertilização do solo para a produção. Ademais, apesar de não conhecerem a forma de utilização dos resíduos nas lavouras, mesmo assim, confiam nos produtores. Apesar de, aproximadamente uma pequena parcela das pessoas inqueridas revelar desconhecer totalmente os processos que envolvem a adubação, e, por conseguinte, como se faz a reutilização dos resíduos agrosilvopastoris. Por essa ótica, pistas apontam que tais alimentos, em função de sua adubação natural, dado a associação aos resíduos aplicados como produtos, poderiam estar fomentando esse tipo de agricultura. Nesse cenário, esses últimos indícios, provavelmente demonstram ocorrência de uma produtização da natureza, em relação aos resíduos agrosilvopastoris. Apesar disso, considera-se haver uma população de consumidores bem esclarecida, sabendo diferenciar as propostas do estudo, cujos resultados obtidos podem indicar que a pesquisa apresenta-se, subliminarmente, em coerência com a realidade do cotidiano dos envolvidos. Constatou-se, ainda a importância dos resíduos agrosilvopastoris. Nesse contexto, através de notas que foram atribuídas pelos agricultores para os compostos orgânicos, que se apresentaram com uma ótima pontuação, podendo assim, ratificar o seu significado enquanto insumo, a ser utilizado para produção e consumo dos orgânicos/ agroecológicos.

Como demonstrado anteriormente, na classificação elaborada por produtores em torno das qualificações atribuídas para as feiras, através da distinção entre orgânicos e agrofloretais, foram detectados indícios de que havia movimentos de estruturação para tais atividades. Assim, chegou-se a evidência de que os produtores, do entorno do maciço da Pedra Branca, apresentavam vínculos com algumas entidades. Dentre elas, as de maior protagonismo foram a Rede CAU - que alcança diferentes seguimentos, como os Quintais Florestais, Feiras Orgânicas, e as associações AGROPRATA e AGROVARGEM. Assim, revelou-se que a maioria dos agricultores cultivavam esses vínculos, e concluiu-se, portanto, que por meio dessas associações e redes, as quais estavam inseridas, eram realizados diferentes mobilizações em prol de ativismos alimentares, atividades voltadas para a participação em ações de colheitas coletivas, corroborando, também, para disseminação de conhecimentos e das técnicas empregadas. Esses movimentos ocorrem através do intercâmbio de informações com entes públicos e privados, a exemplo das várias instituições citadas no estudo, como também Universidades, ressaltando-se, nesse cenário, a própria articulação entre os associados. E, assim, compreensivelmente, foram se descortinando vestígios da ocorrência de politização do consumo e de produtização de elementos da natureza, aqui representados pelos resíduos agrosilvopastoris, cuja utilização repercutiu de uma maneira particularizada, que será apreciada nos próximos parágrafos.

Dessa forma, foram deflagradas situações que colocam as expectativas do estudo em conformidade com os dados até aqui apurados. Nesse ínterim, reflete-se a retórica “verde”, cujas escolhas são pautados nos elementos ecológicos e sustentáveis, que se tornam mais valorizados, através dos discursos comunicativos, no âmbito das relações mercadológicas. Assim, o “discurso verde” se encarregou de abarcar os diferentes componentes da comercialização, a exemplo dos resíduos utilizados nesses tipos de produções, que se tornaram suscetíveis às maquiagens - *greenwash*, por meio de ações midiáticas, inclusive na esfera das feiras. Em seguida, apreciaram-se as entrevistas com os respectivos representantes das entidades envolvidas, nos quais os fatores pontuados permitem corroborar com as elucidações supracitadas.

Conforme a AGROPRATA, AGROVARGEM, Rede CAU e Comissão de Orgânicos do Rio de Janeiro, verificou-se que todos reconhecem a utilização de compostagem, em primeira opção, confirmando-se as declarações dos agricultores, bem como o uso dos demais adubos de ordem biológica. O lugar que a compostagem ocupa é a de um produto usado em larga escala, para a fertilização do solo, componente indispensável no desenvolvimento das

lavouras, indicando consensualmente a possibilidade da interpretação de ocorrência de produtificação da natureza, com uma conotação bastante peculiar, porque o “produto” advém de elementos naturais, e a sua destinação será na condição de fechar um ciclo, retornando à natureza. Dessa forma, a questão da sustentabilidade estaria centrada na busca por resultados éticos e constantes de mudanças sociais e com o “religare” entre a natureza e a humanidade. Essa peculiaridade permite que se conclua que: dentre todas as formas em que possa ocorrer uma produtificação da natureza, essa, em especial, pode apresentar-se de uma forma metafórica, dado que promove benefícios da natureza para ela mesma, sob um prisma de “capital natural”, tornando-se um objeto de poder. Em um sentido abstrato, o resíduo enquanto composto orgânico, ou em outra forma, não constitui uma espoliação, um desgaste ao meio, onde são inseridos. Portanto, existe a percepção que resíduos são produtificados sim, porém sem acepções comprometedoras, seriam, então, uma representação simbólica daquilo que se expressa como um produto, da natureza pela natureza. Não se exclui, contudo, o fato de que as publicidades, a propaganda e o *marketing* foram utilizados no sentido de ressaltar as características “verdes” dos produtos comercializados nas feiras, sustentados em apelos ambientais, que, por vezes, se apresentam de forma concorrente ou superficial. As questões anteriores refletem uma metamorfose capitalística, onde o Ecopoder transforma a natureza (verde) em capital com características rizomática, com tendências a desterritorialização.

Prosseguindo-se no entendimento de assimetria no objeto de estudo, concluiu-se, para efeitos de diferenciação, que a discussão sobre a compreensão dos termos “agroecológico” e “orgânicos”, evidenciou-se da seguinte forma: na rede CAU, o enfoque foi dado por uma visão estritamente social; enquanto que a AGROPRATA e AGROVARGEM observou-se a questão sobre outro prisma, relativa seus aos próprios negócios”. Ou seja, por um lado destacou-se a ética das relações comerciais e por outro, percebeu-se uma aproximação entre as questões de sustentabilidade e de lucratividade, na lógica do desenvolvimento econômico.

Outra discussão relevante foi em respeito às mídias estereotipadas nas feiras, e como elas aparecem em palavras de ordem, nas vestimentas e na veiculação das propagandas nas barracas, nas quais estão concentradas nas designações de “agroecológicas” e “orgânicas”. A princípio, designariam a origem dos produtos a serem comercializados, mas não ocorre exatamente isto, pois ambos os termos estão presentes concomitantemente e não se conflitam pelas características dos produtos e resíduos utilizados para enriquecimento do solo. Considera-se, portanto, que as propagandas provavelmente tenham a função de ressaltar as qualidades dos produtos comercializados com tais características, podendo configurar um ativismo alimentar.

Em uma apuração mais detalhada foi possível concluir que para AGROPRATA, há a percepção de que a questão agrega vantagens econômicas para o grupo, e, para a AGROVARGEM, essas propagandas estão voltadas para o mercado, ou seja, há pistas de que corroboram com o lucro sobre a comercialização. Da mesma forma, a Rede CAU reconhece estar havendo um fator positivo no *marketing* de promoção desses produtos, no consumo e comercialização dos orgânicos e agroflorestais. Contudo, todas as redes reafirmam que a filosofia do agroecológico/orgânico está vinculada às propostas tanto ambientais como sociais. Essa filosofia prima por valorização dos saberes tradicionais, cuja natureza não é aceita pela lógica hegemônica do capital. Portanto, acredita-se, nesse ínterim, que a articulação referente à questão do “agroecológico/orgânico” está atrelada às propostas de cunho socioambiental, no contexto que encera um fluxo, onde há a percepção de pistas para ocorrência de uma militância e de uma politização para o consumo, em relação aos resíduos agrosilvopastoris nessa condição, apontando também, como citado anteriormente, para uma produtização da natureza. Dessa forma, acentua-se a estetização das marcas como símbolos de liberdade e escolha, nas quais se confundem as culturas do consumo e a cultura das mídias, nas quais a publicidade se estabelece como ferramenta propulsora de desejos em relação ao consumidor pós-moderno.

Assim, de acordo com o estudo, pôde-se concluir que a representatividade, entre os sujeitos constituídos, ocorre em geral na horizontalidade, observando-se fatores como a descentralização, o protagonismo entre mulheres e jovens, inclusive, a respeito das tradições locais. E, principalmente, pela participação política garantida a todos os constituintes das redes e associações. Esses fatores articulados junto às outras redes, supostamente, permitem propor, monitorar e cobrar aos governantes a adequação e criação de políticas que possam promover a agricultura urbana e a soberania alimentar.

Para finalizar, buscou-se um olhar diferenciado aos primeiros propósitos estipulados na pesquisa, de forma a encontrar nuances que poderiam ratificar ou o desmitificar os principais objetos do estudo. Sendo assim, houve um convite para um dos participantes, representantes do Setor Público e da sociedade civil, na concepção da Comissão de Produção Orgânica/ RJ, expor a sua visibilidade. Pois bem, concluiu-se primeiramente, que a colaboração veio de forma a esclarecer determinados pontos. Houve uma segregação de ordem técnica em relação das atividades familiares, orgânicas e florestais, que permitiu compreender as funções de cada segmento, e diferenciá-los de uma forma pontual. Enquanto antes, podiam ser avaliados por diferentes pontos de vistas. O entendimento da questão perpassa por significações alusivas aos fatores de pertencimento dos indivíduos, em relação à produção e consumo, e que podem ser

expressos através da veiculação do *marketing* ambiental no âmbito das feiras analisadas, em relação às suas propostas para os consumidores. Ainda comentou-se sobre a dificuldade em na obtenção de sementes certificadas, fator pouco explorado, no âmbito de algumas representações inqueridas, ressignificando, por outro olhar, essas atividades. Nesse quesito, estando a produção de sementes certificadas, por hora, em um estágio em transição, por conseguinte, conclui-se que não está operando em sua plenitude. Ou seja, as classificações de orgânico/ agroecológico prescindem de um estudo mais apurado em relação às sementes utilizadas. Dessa forma, dando margem a uma interpretação diferenciada, apontando-se pistas que possam ocorrer falhas na classificação da produção, por diferentes óticas. Nesse contexto, então, a propaganda do produto poderia estar em desacordo com as mídias veiculadas nas feiras.

As lavouras sofrem com obstáculos naturais e, por vezes, apontam-se indícios de outros paliativos referentes à distribuição da produção, frente às dificuldades enfrentadas pelos agricultores, com o objetivo de atender a clientela. Assim, podendo propiciar a aquiescência de outros produtores, que poderiam ter propostas diferenciadas ao cultivo em questão. Portanto, conclui-se a partir desse fato, que podem existir alvos distanciados daqueles disseminados nas ações de ordem midiática, no consumo final, nas feiras.

Há de certa forma, também, uma percepção em torno de supostos vestígios sobre a ocorrência de ativismos relacionados à questão da compostagem, que é de fundamental importância na produção de orgânicos e agroecológicos, no que diz respeito à aparência do produto em função de suas finalidades, que seriam possivelmente em razão do *marketing*, da comercialização e do consumo a que se destinam. Ressaltando-se, que há uma visibilidade inerente a esse assunto, por parte dos consumidores, revelando-se, também, como uma prioridade dos próprios agricultores, em torno do aspecto desses produtos. Podendo-se, assim, concluir que as demandas de *marketing* nas feiras, com base no uso dos resíduos agrosilvopastoris, corroboram para o consenso do seu significado, entre todos. O fato, a princípio, apontaria para identificação dos alimentos rotulados como sendo dessas categorias, entendidas como “verdes”, em função do uso da compostagem dos resíduos orgânicos. Ao fazer estes contrapontos presume-se, também, a possibilidade de ocorrência de ativismos relacionados a essa temática, refletindo a necessidade de elaboração de um pensamento crítico sobre o uso do argumento “verde”, protagonizado nas vias de comercialização dos produtos naturais. O tema sustentabilidade, do ponto de vista “*ecofriendly*” (eco amigável) pode mascarar determinados objetivos, sugerindo sutilmente que se desvirtuem os propósitos da concepção principal, a respeito da conscientização das questões socioecológicas.

Assim, à luz dos processos de subjetivação, acredita-se que a natureza é transformada, sob um olhar capitalístico natural, em uma mercadoria de consumo, na qual se encerra a parte conclusiva, com a reafirmação de que esses resíduos agrosilvopastoris contribuem com a ideia veiculada nas mídias, como sendo um material da natureza, aproveitado sob a forma de um produto, que, supõe-se, funcionaria como uma garantia, sob a égide de selos "verdes", publicizados, possivelmente por ativismos, no panorama das feiras orgânicas, oriundas das lavouras dos agricultores urbanos, do entorno do Maciço da Pedra Branca. Nesse ínterim, ressalta-se a necessidade de reflexão em relação à responsabilidade socioambiental, no contexto dos meios comunicacionais de massa e no âmbito das sustentabilidades.

9.2. Resultados futuros

Em referência ao campo de atuação, a defesa da prática da agricultura, alinhada às boas práticas de convivência com a natureza apontam para grandes possibilidades. Ademais, se percebe que através dos saberes tradicionais locais e das práticas desenvolvidas, o setor de cultivo orgânico/ agroecológico tem sido de fundamental importância e contribuído para a manutenção e ampliação das áreas florestadas e arborizadas na cidade do Rio de Janeiro, mais especificamente no Parque Estadual da Pedra Branca, na tentativa de conter a expansão urbana sob a lógica dos empreendimentos imobiliários, na representação de megaeventos para a proliferação dos megaempreendimentos que visam modificar a paisagem do entorno do maciço, acentuando as marchas para a desterritorialização.

Assim, no ínterim do processo, vislumbrou-se a possibilidade de extensão do estudo, no sentido do entendimento daquilo que é de fato rural, fazendo-se um contraponto com o que é considerado urbano, podendo-se trazer uma discussão, tendo como ponto de partida o Plano de Estruturação Urbana - PEU das Vargens, referente à Vargem Grande e Vargem Pequena respectivamente, no consenso das iniciativas futuras, no intuito de dirimir dúvidas, que circundam o celeiro dos produtores da área. Em especial discussões acerca do estabelecimento do IPTU em função do ITR nas áreas supracitadas.

Nesse cenário, compreende-se a necessidade de uniformização em relação ao uso de sementes certificadas, onde se prescinde de um estudo mais apurado, em todos os processos que envolvem a agricultura orgânica/agroecológica, pela oportunidade de mediar a dificuldade em na obtenção dessas sementes, trazendo uma ressignificação no campo da sustentabilidade, alcançando-se a plenitude desejada.

No modelo produtivo em curso, no qual se ressalta que, dentro do escopo organizacional das feiras orgânicas/agroecológicas, abre-se um espaço, que se pode se materializar numa esperança, em relação ao modelo vigente, como uma abertura a outros tipos de economia. Donde se percebe a convergência rumo à Economia Solidária, cuja proposta seria aproximar tanto os consumidores como os produtores em torno de um empreendedorismo em rede, e, por que não adentrar aos conceitos de Economia Circular? Cujas características conceituais sobre elementos residuais dos empreendimentos ocorrem nas lavouras e nas feiras. Há que se pensar, também, em uma abordagem sobre o campo da psicologia comportamental, cuja modalidade chamada Neuroeconomia, não contemplada no estudo, é pautada com base nas escolhas, que podem ter impactos no futuro, reportando-se à importância das decisões, essencialmente quando se referem ao consumo, no âmbito dos conhecimentos de Economia e *Marketing*, associados tanto à psicologia, como às outras ciências cognitivas.

Traz-se, ainda, dentro das propostas futuras, as possibilidades de discussão das utilidades dos defensivos agrícolas biológicos e orgânicos, publicizados pelo MAPA, recentemente, para serem utilizados tanto na agricultura orgânica, como na tradicional, bem como, adentrando-se com mais afinco aos conceitos de Bioinsumos, oferecendo suporte técnico e fomentando pesquisas nessa área. Disseminando-se conhecimentos e averiguando-se as apropriações entre entidades científicas, públicas e civis.

Dessa maneira, sob um olhar psicossociológico, à luz dos processos de subjetivação, encerram-se as propostas desse estudo, na busca constante de conceitos no escopo do consumo, que possam ir de encontro às premissas da natureza e da sustentabilidade. Ainda que essa se apresente liquefeita, em parte. Centra-se no propósito da melhor junção entre os anseios dos cidadãos, em busca de uma alimentação de qualidade e de técnicas científicas, que lhes propicie atingir eficiência e eficácia, no contexto socioambiental, voltado para a comercialização no setor da agricultura.

REFERÊNCIAS

ABDO, M. T. V. N.; VALERI, Sérgio Valiengo; MARTINS, Antônio Lúcio Mello. Sistemas agroflorestais e agricultura familiar: uma parceria interessante. *Revista Tecnologia & Inovação Agropecuária*, v. 1, n. 2, p. 50-59, 2008.

ACSELRAD, Henri. Discursos da sustentabilidade urbana. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, n. 1, p.79-90, 1999.

AGROVARGEM. **Rede Ecológica**. Disponível em: <http://redeecologicario.org/>. Acesso em: 22 nov. 2017.

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

ALVES, Barbara, et al. Consumption, "Tourism-Merchandise" and Actor-Network Theory: The Cartography of Controversies and the Case of Telegraph Rock Trail – RJ. **Asian Journal of Advanced Research and Reports**, v. 2, n. 3, p. 1-13, 2018.

ALVES, Barbara. **Gestão de resíduos de poda**: estudo de caso da fundação parques e jardins do Rio de Janeiro. 2007. Dissertação (Mestrado Profissional em Engenharia Ambiental) – Faculdade de Engenharia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2007.

AMORIM, Aline Pinto et al. **Lixão municipal: abordagem de uma problemática ambiental na cidade do Rio Grande–RS**. *Ambiente & Educação*, v. 15, n. 1, p. 159-178, 2010. Disponível em <http://www.seer.furg.br/ojs/index.php/ambeduc/article/viewFile/888/920>>. Acesso em 24 de nov. de 2007.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS PERIGOSOS - ABRELPE. **Panorama dos resíduos sólidos no Brasil 2008**. São Paulo: ABRELPE, 2009. Disponível em: www.abrelpe.org.br/panorama_2008.php. Acesso em: 22 abr. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EMPRESAS DE LIMPEZA PÚBLICA E RESÍDUOS PERIGOSOS - ABRELPE. **Panorama dos resíduos sólidos no Brasil 2014**. São Paulo: ABRELPE, 2015. Disponível em: <http://www.abrelpe.org.br/Panorama/panorama2014.pdf>. Acesso em 16 fev. 2016.

ASSOCIAÇÃO DE AGRICULTORES BIOLÓGICOS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **O que é SPG?** Disponível em: <https://abiorj.org/o-spg-explicado/>. Acesso em: 19 set. 2019.

AZEVEDO, Elaine. O ativismo alimentar na perspectiva do Locavorismo. **Ambiente & Sociedade**, v. 18, n. 3, p. 81-98, 2015.

AZEVEDO, Elaine; PELED, Yiftah. “Ativismo” Alimentar. **Contemporânea - Revista de Sociologia da UFSCar**, v. 5, n. 2, p. 495-520, 2015.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **Resolução nº 3206**. Dispõe sobre alterações no Regulamento do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf). Disponível em: <https://www3.bcb.gov.br/normativo/detalharNormativo.do?N=104101097&method=detalharNormativo>. Acesso em 6 nov. 2019

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1997.

BAUDRILLARD, Jean. **A troca simbólica e a morte**. Lisboa: Edições 70, 1976.

- BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulação**. Lisboa: Rainha e Neves, 1981.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1981.
- BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- BAUMAN, Zygmunt. **44 cartas do mundo líquido moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **A arte da vida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. **Comunidade**: a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: As consequências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt. **Tempos líquidos**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação de pessoas em mercadorias. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BECK, Dinah Quesada; HENNING, Paula Corrêa; VIEIRA, Virgínia Tavares. Consumo e cultura: Modos de ser e viver a contemporaneidade. **Educação, Sociedade & Culturas**, n. 42, p. 87-109, 2014.
- BECKER, Howard S. **Segredos e truques da pesquisa**. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.
- BITTENCOURT, Renato Nunes; TAVARES, Frederico. Do ser humano ao “ter humano”: um ensaio sobre a psicossociologia do consumo na perspectiva da Sociedade de Controle e da Modernidade Líquida. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 18, n. 210, p. 125-139, 2018.
- BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade**: o que é: o que não é. Petrópolis: Vozes, 2012.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil**. 11. ed. rev., atual. e ampl. São Paulo: Revistas dos Tribunais 2006.
- BRASIL. **Lei nº12.305, de 2 de agosto de 2010**. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Lei/L12305.htm. Acesso em: 11 abr. 2019.
- BRASIL. Ministério do Meio Ambiente. **Agenda 21 brasileira resultado da consulta nacional**. 2. ed. Brasília: Ministério do Meio Ambiente, 2004. Disponível em: http://www.mma.gov.br/estruturas/agenda21/_arquivos/consulta2edicao.pdf. Acesso em: 04 mar. 2016.
- BRISO, Caio Barreto. O sertão carioca. **O Globo**, 4 out. 2010. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/o-sertao-carioca-17660130>.
- BRITO, Lavínia C. **PROFITO**: Desafios e soluções de um caso de sucesso, 2016. Disponível em: <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/17706>. Acesso em: 9 abr. 2018.
- BRUNDTLAND, Gro Harlem. **Nosso futuro comum**. Relatório Brundtland. Rio de Janeiro: FGV, 1987.

CALDEIRA-PIRES, Armando; RABELO, Raimundo Ricardo; XAVIER, José Humberto Valadares. Uso potencial da Análise do Ciclo de Vida (ACV) associada aos conceitos da produção orgânica aplicados à agricultura familiar. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 19, n. 2, p. 149-178, 2002.

CALLEGARI, Carolina. Bananas de Vargem Grande se tornam maravilha gastronômica do Rio. **O Globo**. 10 jan. 2016. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/bairros/bananas-de-vargem-grande-se-tornam-maravilha-gastronomica-do-rio-18436324>. Acesso em: 8 mar. 2018.

CÂMARA, Helder Cavalcante; FONSECA, Ailton Siqueira de Sousa; SOUZA, Karlla Christine Araújo. Notas introdutórias sobre a formação do sujeito em Zygmunt Bauman e Edgar Morin. **Holos**, v. 1, p. 290-297, 2014.

CAMARGO, André Campos. Félix Guattari: o capitalismo mundial integrado. In: VII SEMINÁRIO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM FILOSOFIA DA UFSCAR, 7., 2011, São Carlos. **Anais [...]** São Carlos: UFSCAR, 2011. p. 69.

CAMPANHOLA, Clayton; VALARINI, Pedro José. A agricultura orgânica e seu potencial para o pequeno agricultor. **Cadernos de Ciência & Tecnologia**, v. 18, n. 3, p. 69-101, 2001.

CAMPOS, Heliana Kátia Tavares. Renda e evolução da geração per capita de resíduos sólidos no Brasil. **Engenharia Sanitária e Ambiental**, v. 17, n. 2, p. 171-180, 2012.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

CAPORAL, Francisco Roberto; COSTABEBER, José Antônio; PAULUS, Gervásio. Agroecologia: matriz disciplinar ou novo paradigma para o desenvolvimento rural sustentável. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE AGROECOLOGIA, 3., 2006, Florianópolis. **Anais[...]**. Florianópolis: CBA, 2006.

CASTAÑEDA, M. **Ambientalização e politização do consumo e da vida cotidiana: uma etnografia das práticas de compra de alimentos orgânicos em Nova Friburgo/RJ**. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade) – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2010.

CAVALCANTI, C. Concepções da economia ecológica: suas relações com a economia dominante e a economia ambiental. **Estudos Avançados**, v. 24, n. 68, p. 53-67, 2010.

CECHIN, A; VEIGA, J. D. O fundamento central da economia ecológica. Economia do meio ambiente: teoria e prática. In: MAY, P. (Org.). **Economia do meio ambiente: teoria e prática**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. p. 33-48.

CHEVITARESE, Leandro. Da sociedade disciplinar à sociedade de controle: a questão da liberdade por uma alegoria de Franz Kafka, em O Processo, e de Phillip Dick, em Minority Report. **Estudos de Sociologia**, v. 1, n. 8, p. 129-162, 2014.

COSTA, Barbara Regina Lopes. **Fundamentos de marketing**. 2. ed. Curitiba: Aymar, 2010.

COSTA, Rogério da. Sociedade de controle. **São Paulo em Perspectiva**, v. 18, n. 1, p. 161-167, 2004.

CUERVO, Maria Rita Macedo. **A Feira agroecológica como espaço de produção de práticas culturais**: identidade, alimentação e relações psicossociais. 2015. Tese (Doutorado em Psicologia) - Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2015.

DANTE, Caroline Rodrigues Celloto; DA MOTTA, Ivan Dias. **A personalidade na biopolítica e a ideia de promoção humana**. Revista Jurídica, v. 3, n. 44, p. 336-354, 2016.

DA LUZ COLOMÉ, Felipe; MAYER, Ricardo. **Consumerismo e engajamento político**: As gramáticas do consumo no sul do Brasil, 2013. Disponível em: http://actacientifica.servicioit.cl/biblioteca/gt/GT27/GT27_Colome_Mayer.pdf. Acesso: 9 ago. 2017.

DANNER, Fernando. O sentido da biopolítica em Michel Foucault. **Revista Estudos Filosóficos**, n. 4, p.143-157, 2010. Disponível em: <http://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistaestudosfilosoficos/art9-rev4.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2019.

DA SILVA, Daniela Cristiane et al. **Atributos do solo em sistemas agroflorestais, cultivo convencional e floresta nativa**. Revista de estudos ambientais, v. 13, n. 1, p. 77-86, 2011. Disponível em: <https://proxy.furb.br/ojs/index.php/rea/article/view/2320/1586>

DELEUZE, G.; GUATTARI, F. Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia. v. 1. Rio de Janeiro: Editora 34, 1995.

DELEUZE, Gilles. **Conversações, 1972 – 1990**. São Paulo: Editora 34, 1992.

DEUS, Rafael Mattos; BATTISTELLE, Rosane Aparecida Gomes; SILVA, Gustavo Henrique Ribeiro. Resíduos sólidos no Brasil: contexto, lacunas e tendência. **Engenharia Sanitária e Ambiental**, p. 685-698, 2015.

DOUGLAS, Mary. **Purity and danger**: an analysis of concept of pollution and taboo. London; New York: Routledge 1966.

ECYCLE. **O que é Economia Circular?** Disponível em: <https://www.ecycle.com.br/2853-economia-circular>. Acesso em: 23 maio 2019.

EIGENHEER, Emílio Maciel. **Lixo, vanitas e morte**. Niterói: EdUFF, 2003.

EIGENHEER, Emílio Maciel; FERREIRA, João Alberto; ADLER, Roberto Rinder. **Reciclagem**: mito e realidade. Rio de Janeiro: In-Fólio, 2005.

FALCONER, Andres Pablo. **A promessa do terceiro setor**. 1999. Disponível em: http://www.dreamscanbe.org/Reasearch%20Page%20Docs/a%20promesa%20do%20terceiro%20setor_port.pdf. Acesso: em 22 maio 2019.

FEATHERSTONE, Mike. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FEDERAÇÃO DE ESPORTES DE MONTANHA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO - FEMERJ. **Plano de manejo do Parque Estadual da Pedra Branca - PEPB**. 2019. Disponível em: <http://www.femerj.org/wp-content/uploads/Plano-de-manejo-do-Parque-Estadual-da-Pedra-Branca-PEPB-2.pdf>. Acesso: 19 nov. 2019.

FEDERAÇÃO DOS TRABALHADORES NA AGRICULTURA FAMILIAR DO ESTADO DE SÃO PAULO. **DAP – Declaração de aptidão ao PRONAF**. Disponível em: <http://www.fetaesp.org.br/novo/dap-declaracao-de-aptidao-ao-pronaf/>. Acesso em set. 2019.

FERREIRA, Giovanni Comodaro; CARLUCCI, Juliana Helena; VASCONCELOS, Rita de Cássia Correa. Apontamentos sobre o código de defesa do consumidor. **Revista Reflexão e Crítica do Direito**, v. 1, n. 1, p. 198-208, jan./dez. 2013.

FERREIRA, Giselle Gama Torres; TAVARES, Fred. **Natureza Líquida: as modelagens marcárias e a publicidade verde**. Curitiba: Appris, 2017.

FERREIRA, Giselle Gama Torres; TAVARES, Fred; FIALHO, Gabriel Grego. Green consumption, environmental marketing and green advertising: A look at the privatization of nature from the perspective of liquid modernity. **South Asian Journal of Social Studies and Economics**, v. 2, n. 1, p. 1-11, 2018.

FREIRE, PAULO. **Extensão ou comunicação?** Tradução de Rosisca Darcy de Oliveira. 7ªed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1983.

FIOCRUZ. **Campus Fiocruz Mata Atlântica**. Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/campus-fiocruz-mata-atlantica>. Acesso em 12 nov. 2019.

FIOCRUZ. Fiocruz Mata Atlântica participa de encontro de agroecologia. 2018. Disponível em <https://portal.fiocruz.br/noticia/fiocruz-mata-atlantica-participa-de-encontro-de-agroecologia>. Acesso em 15 jan. 2020.

FONTENELLE, Isleide. Consumo Ético: construção de um novo fazer político? **Revista Psicologia Política**, v. 6, n. 12, 2006.

GIACOMINI FILHO, Gino. **Consumidor versus propaganda**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2008.

GODECKE, Marcos Vinicius; NAIME, Roberto Harb; FIGUEIREDO, João Alcione Sganderla. O consumismo e a geração de resíduos sólidos urbanos no Brasil. **Electronic Journal of Management, Education and Environmental Technology (REGET)**, v. 8, n. 8, p. 1700-1712, 2013.

Foucault, Michel. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**; tradução de Raquel Ramallete. Petrópolis, Vozes, 1987.

GONÇALVES, Livia Maria Abdalla; FREITAS, Ricardo Ferreira. Consumo e lixo: aspectos (in) visíveis no discurso ambiental. In: ENCONTRO INTERDISCIPLINAR DE COMUNICAÇÃO AMBIENTAL (EICA) 2., 2013, Sergipe. **Anais[...]**. Sergipe: UFS, 2013.

GRAEFF, Lineu Pronto. Publicidade e identidade cultural na sociedade de consumo. In: SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 18., 2006. **Anais [...]**, Porto Alegre: UFRGS 2006.

GUANABARA, Rachel; GAMA, Thais; EIGENHEER, Emílio Maciel. **Os resíduos sólidos como tema gerador: da pedagogia dos três R's ao risco ambiental**. REMEA-Revista Eletrônica do Mestrado em Educação Ambiental, v. 21, 2008. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/remea/article/view/3039>. Acesso em 17 nov. 2020.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. 3. ed. Campinas: 1991.

GUATTARI, Félix. **As três ecologias**. 11. ed. 2001. Disponível em <http://escolanomade.org/wp-content/downloads/guattari-as-tres-ecologias.pdf>. Acesso em: 6 jul. 2017.

GUATTARI, Félix. Heterogênesse. In: **Caosmose**: um novo paradigma estético. São Paulo: Editora 34, 1992a.

GUATTARI, Félix. **Caosmose**: um novo paradigma estético. São Paulo: Editora 34, 1992b.

GUATTARI, Félix. Microfísica dos poderes e micropolítica dos desejos. In: QUEIROZ, André; Velasco e Cruz, Nina (Org.). **Foucault hoje**, Rio de Janeiro: 7 Letras, 2007. p. 33-41.

GUATTARI, Félix. **Plan sobre el planeta**: Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares. Madrid: Traficantes de Sueños, 2004.

GUATTARI, Félix. **Revolução molecular**: pulsações políticas do desejo. São Paulo: Brasiliense, p. 88-105, 1981.

GUATTARI, Félix. **Revolução molecular**: pulsações políticas do desejo. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1986.

GUATTARI, Felix; ROLNIK, Suely. **Micropolítica**: cartografias do desejo. Rio de Janeiro: Vozes, 2000.

GUERRA, Antonio José Teixeira; DA CUNHA, Sandra Baptista. **Impactos ambientais urbanos no Brasil**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

IRIART, Jorge Alberto Bernstein; CAPRARA, Andrea. **Novos objetos e novos desafios para a antropologia da saúde na contemporaneidade**. Physis: Revista de Saúde Coletiva, v. 21, n. 4, p. 1253-1268, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-73312011000400005&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 04 dez. 2020

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2015.

HARDT, Michael. The world society of control. In: ÉRIC, Alliez. (Org.). **Gilles Deleuze**: A Philosophical Life. São Paulo: Ed. 34, 2000.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Empire**. Cambridge: 2001.

HELMAN, C.G. **Cultura, saúde e doença**. 2. ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1994. cap. 4, p. 70-99. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rlae/v3n2/v3n2a14.pdf>. Acesso em: 22 nov. 2017.

INSTITUTO ESTADUAL DO AMBIENTE. **Guia de trilhas do parque Estadual da Pedra Branca**. 2013. Disponível em: http://www.femerj.org/wp-content/uploads/guia_trilhas_pepb.pdf. Acesso em: 24 maio 2019.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Parque Estadual da Pedra Branca**. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/biblioteca-catalogo?id=440220&view=detalhes>. Acesso em: 18 dez. 2017.

IRVING, Marta de Azevedo. Sustentabilidade e o futuro que não queremos: polissemias controversias e a construção de sociedades sustentáveis. **Revista Sinais Sociais**, v. 9 n. 26, p. 13-38, 2014.

JACOBI, P.; BESEN, G.R. Gestão de resíduos sólidos na Região Metropolitana de São Paulo: avanços e desafios. **São Paulo em Perspectiva**, v. 20, n. 2, p. 90-104, 2006.

JARDIM, Milton Leonardo; SILVA, Lays Serpa. **A ANÁLISE DA GESTÃO INTEGRADA DE RESÍDUOS SÓLIDOS NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO À LUZ DA POLÍTICA NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS**. Revista de Direito da Unigranrio, v. 10, n. 2, 2020. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/rdugr/article/view/6559>. Acesso em 18 nov. 2020.

JUNIOR, Luis Salvador de Miranda Sá; DE MIRANDA, Luis Salvador. **Desconstruindo a definição de saúde**. Jornal do Conselho Federal de Medicina (CFM), p. 15-16, 2004.

KAPAZ, Emerson. **Por uma política nacional de resíduos sólidos**. São Paulo: [s.n.], 2002. E-book

FREITAS, Neli Klix. Representação, simulação, simulacro e imagem na sociedade contemporânea. **POLÊMICA**, v. 12, n. 2, p. 334-340, 2013. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/polemica/article/view/6435>. Acesso em: 29 jun. 2016.

KOTLER, Philip. **Princípios de marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

LAYRARGUES, Philippe Pomier. **A cortina de fumaça: o discurso empresarial verde e a ideologia da racionalidade econômica**. São Paulo: Annablume, 1998.

LECHAT, Noëlle Marie Paule. As raízes históricas da economia solidária e seu aparecimento no Brasil. **Economia Solidária**, 2002a. Disponível em: <http://retosalsur.org/wp-content/uploads/2013/09/Econom%C3%ADa-Solidaria-Volume-1.pdf>. Acesso em: 22 maio 2019.

LECHAT, Noëlle Marie Paule. Economia social, economia solidária, terceiro setor: do que se trata? **Civitas-Revista de Ciências Sociais**, v. 2, n. 1, p. 123-140, 2002b.

LEFF, Enrique. Agroecologia e saber ambiental. **Agroecologia e Desenvolvimento Rural Sustentável**, v. 3, n. 1, p. 36-51, 2002.

LEITÃO, Alexandra. Economia circular: uma nova filosofia de gestão para o séc. XXI. **Portuguese Journal of Finance, Management and Accounting**, v. 1, n. 2, p. 150-171, 2015.

LOUREIRO, Carlos Frederico B. **O movimento ambientalista e o pensamento crítico: uma abordagem política**. Rio de Janeiro: Quarter, 2003.

MACHADO, Paulo A. L. **Direito ambiental brasileiro**. São Paulo: Malheiros, 2013.

MALUF, Renato Sérgio et al. Reestruturação do sistema agroalimentar. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE RECONVERSÃO PRODUTIVA, ECONOMIA ABERTA E SISTEMA AGROALIMENTAR, 1994, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: UFRRJ/CPDA, 1994.

MALUF, Renato Sergio. Mercados agroalimentares e a agricultura familiar no Brasil: agregação de valor, cadeias integradas e circuitos regionais. **Ensaio FEE**, v. 25, n. 1, 2004.

MARIN, Fátima Aparecida Dias Gomes; LEAL, Antonio Cezar; ALVES, Eliana Maria. **Consumo, resíduos e educação ambiental**. Núcleos de Ensino. São Paulo: Universidade Estadual Paulista Publicações, 2008. p. 703-712.

MCDONOUGH, William et al. Peer reviewed: Applying the principles of green engineering to cradle-to-cradle design. **Environmental Science & Technology**, v. 37, n. 23, p. 434A-441A, 2003.

MINTZ, Sidney. Comida e antropologia: uma breve revisão. **Red Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 16 n. 47, p. 31-41 2000. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v16n47/7718>. Acesso em: 22 nov. 2017.

MOCELLIM, Alan Delazeri. A comunidade: da sociologia clássica à sociologia contemporânea. **Plural**, v. 17, n. 2, p. 105-128, 2010.

MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MOREIRA, Bruno César Melo; PACHECO, Ana Flávia Almeida; BARBATO, Andréa Maria. **Neuroeconomia e neuromarketing: imagens cerebrais explicando as decisões humanas de consumo**. Ciências & Cognição, v. 16, n. 1, 2011.

MOSCOVICI, Serge. **Natureza: para pensar a ecologia**. Rio de Janeiro. Mauad X, Instituto Gaia, 2007.

MURPHY, Joseph. Da produção ao consumo: política ambiental na União Européia. In: **Explorando o consumo sustentável**. Oxford: Elsevier Science, 2001. p. 39-58.

NASCIMENTO, Maria Medrado. Entre segurança e liberdade: desafios da comunidade na contemporaneidade. **Sociedade e Estado**, v. 21, n. 2, p. 561-567, 2006.

NASCIUTTI, Jacyara C.; ROCHAEL, A. Instituição como Via de Acesso à Comunidade. In: CAMPOS, Regina Helena de Freitas (Org.). **Psicologia Social Comunitária: da Solidariedade à Autonomia**. Petrópolis: Vozes, 1996. p.100-126.

NEGRÃO, Celso; CAMARGO, Eleida Pereira. **Design de embalagem-do marketing à produção**. São Paulo: Novatec Editora, 2008.

NUNESMAIA, M. A gestão de resíduos urbanos e suas limitações. **Revista Baiana de Tecnologia-SSA**, v. 17, n. 1, p. 120-129, 2002.

ONU – Organização das Nações Unidas. **ONU projeta que população mundial chegue aos 85 milhões em 2030**. Disponível em <http://www.unric.org/pt/actualidade/31919-onu-projeta-que-populacao-mundial-chegue-aos-85-mil-milhoes-em-2030>. Acesso em 16 fev. 2016.

ONU – Organização das Nações Unidas (Brasil). **Consumo e produção responsável**. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/tema/ods12/>. Acesso em 29 mar. 2019.

PAIVA, Vanilda; CALHEIROS, Vera. Nova era capitalista e percursos identitários alternativos. **Caderno CRH**, v. 14, n. 34, p. 141-174, 2001.

PEDRINI, A. de GI. Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e Desenvolvimento (1972) e a AGENDA 21 (1992): uma reflexão política para a Educação Ambiental. **Educação Ambiental em Debate**, v. 20, p. 125-129, 2006.

PELBART, Peter Pál. **Vida capital, ensaios de biopolítica**. São Paulo: Editora Iluminuras, 2003.

PETERSEN, P. e GOMES DE ALMEIDA, Silvio. Rincões transformadores: trajetória e desafios do movimento agroecológico brasileiro – uma perspectiva a partir da Rede PTA (versão preliminar). Rio de Janeiro: AS-PTA, 2004.

PINHEIRO, Maria Cláudia Tardin. Narcisismo e Publicidade: uma análise psicossocial dos ideais do consumo na contemporaneidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 5, n. 2, p. 46-50, 2005.

PLANO ESTADUAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS DO RIO DE JANEIRO. **Relatório Síntese**. Rio de Janeiro: Imprensa Oficial, 2013

PLANO NACIONAL DE RESÍDUOS SÓLIDOS. **Lei nº 12.305/10**. Disponível em: http://www.mma.gov.br/estruturas/253/publicacao/253_publicacao02022012041757.pdf. Versão Preliminar para Consulta Pública, set.2011. Acesso em 29 de fev. de 2016.

PONTES, Fernando; FREDERICO, Tavares Augusto. O consumo da natureza: A identidade prêt-à-porter ecologicamente correta. **Cadernos Zygmunt Bauman**, v. 5, n. 9, p. 59-77, 2015.

PONTES, Fernando; TAVARES, Frederico. **Kits de subjetividade e antropofagia**: algumas considerações sobre o consumo e a publicidade na sociedade de controle. 2017a. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2015/resumos/R47-1542-1.pdf>. Acesso em: 21 jan. 2018.

PONTES, Fernando; TAVARES, Fred. **Ecosofia das marcas**: as três ecologias na publicidade verde. Curitiba, Appris, 2017b.

PORRAS, Álvaro Chávez; GONZÁLEZ, Alejandra Rodríguez. Aprovechamiento de resíduos orgânicos agrícolas y forestales en Iberoamérica. *Academia y virtualidad*, v. 9, n. 2, p. 90-107, 2016. Disponível em <https://revistas.unimilitar.edu.co/index.php/ravi/article/view/2004/1988>. Acesso em 20 nov. 2020.

PORTILHO, Maria de Fátima Ferreira. **Profissionais do lixo**: um estudo sobre as representações sociais de engenheiros, garis e catadores. 1997. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia das Comunidades e Ecologia Social) – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1997.

PORTILHO, Fátima. Consumo verde, consumo sustentável e a ambientalização dos consumidores. *In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPPAS*, 2., 2004, Indaiatuba, São Paulo. **Anais**[...]. São Paulo: ANPPAS, 2004. p. 1-21, 2004.

PORTILHO, Fátima. Ambientalização do consumo: alianças entre movimentos ambientalistas e movimentos de defesa dos consumidores. *In: ENCONTRO NACIONAL DA ANPPAS*, 3., 2006, Brasília. **Anais** [...]. Brasília: ANPPAS, 2006.

PORTILHO, Fátima. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. **Cadernos EBAPE.BR**, v. 3, n. 3, p. 1-12, 2005a.

PORTILHO, Fátima. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005b.

PORTILHO, Fátima. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. **Revista Política & Sociedade**, v. 8, n. 15, p.199-224, 2009.

PORTILHO, Fátima; CASTAÑEDA, Marcelo; DE CASTRO, Inês Rugani Ribeiro. A alimentação no contexto contemporâneo: consumo, ação política e sustentabilidade. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 16, n. 1, p. 99-106, 2011.

PRADO, Bruno A.; MATTOS, Caudemar; FERNANDEZ, Annelise C. F Agricultores do Maciço da Pedra Branca (RJ): em busca de reconhecimento de seus espaços de vida. **Agriculturas**, v. 9, n. 2, p. 6-9, 2012. Disponível em: <http://aspta.org.br/wp-content/uploads/2012/10/artigo-1.pdf>. Acesso em 18 dez. 2017.

RAZETO, Luis. **Economia de solidariedade e organização popular**. Educação comunitária e economia popular. São Paulo: Cortez, 1993. p. 34-58.

RECICLOTECA. **Orgânicos**: definição, composto e como fazer a compostagem. Disponível em: <http://www.recicloteca.org.br/material-reciclavel/organicos/>. Acesso em: 24 mai 2019.

REDE CAU. Rede Carioca de Agricultura Urbana. Disponível em: https://www.verdejar.org/?lightbox=image_mpf. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/Rede-Carioca-de-Agricultura-Urbana-638527312919589/> Acesso em: 22 nov. 2017.

RESERVA DA BIOSFERA DE MATA ATLÂNTICA. Disponível em: http://www.rbma.org.br/rbma/rbma_1_textosintese.asp. Acesso em: 9 abril 2018

RIO DE JANEIRO (Município). Secretaria Municipal de Meio Ambiente. Plano Municipal de Gestão Integrada de Resíduos Sólidos da cidade do Rio de Janeiro: diagnóstico 2012. Rio de Janeiro: DAIJO Gráfica Editora, 2012. Disponível em: <http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/3372233/4123401/PMGIRS.pdf>. Acesso em: 10 nov. 2019.

ROCHA, Everardo; BARROS, Carla. Dimensões culturais do marketing: teoria antropológica, etnografia e comportamento do consumidor. **Revista de Administração de Empresas**, v. 46, n. 4, p. 1-12, 2006.

ROCHA, D. O. S. Produção de subjetividade: a lição de O homem que copiava. **Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada**, v. 23, n. 1, p. 97-126, 2007a.

ROCHA, D. O. S. Agenciamentos coletivos de enunciação em o homem que copiava. **Psicologia em Estudo**, v. 12, n. 2, p. 403-413, 2007b.

RODRIGUES, Carolina Bueno. Vida para consumo sob a ótica liquefeita de Zygmunt Bauman. **Revista UNINTER de Comunicação**, v. 3, n. 5, p. 79-85, 2015.

ROLNIK, Suely. **Esquizoanálise e antropofagia**, 1998. Disponível em: <http://stoa.usp.br/gustavob/files/1186/6773/Esquizoan%C3%A1lise+e+Antropofagia.pdf>. Acesso em 18 de novembro de 2017.

ROLNIK, Suely. Uma Insólita Viagem à Subjetividade. Fronteiras com a Ética e a Cultura. In: LINS, Daniel (Org.). **Cultura e Subjetividade**: saberes nômades. Campinas: Papyrus, 1997. p. 25-34.

ROSA, M. F. et al. **Valorização de resíduos da agroindústria**. II Simpósio Internacional sobre Gerenciamento de Resíduos Agropecuários e Agroindustriais–II SIGERA. Foz do Iguaçu, PR, v. 1, p. 98-105, 2011. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Joao_Paulo_Saraiva_Morais2/publication/259850615_V_alorizacao_de_residuos_da_agroindustria/links/548f2f3c0cf214269f2637c1/Valorizacao-de-residuos-da-agroindustria.pdf. Acesso em 22 nov. 2020.

ROSSOL, Charles Douglas et al. **Caracterização, classificação e destinação de resíduos da agricultura**. Scientia Agraria Paranaensis, v. 11, n. 4, p. 33-43, 2012. Disponível em: <http://saber.unioeste.br/index.php/scientiaagraria/article/view/5858>. Acesso em 18 nov. 2020.

SANSON, João Rogério. Ethics, Politics, and Nonsatiation in Consumption: A Synthesis. In: ENCONTRO NACIONAL DE ECONOMIA, 33., 2005, Natal, RN. **Anais [...]**. Natal: ANPEC, 2005.

SANTOS, Djalma Eudes. O fenômeno consumerista e os movimentos sociais no Brasil. In: III SEMINÁRIO NACIONAL, 3.; SEMINÁRIO INTERNACIONAL MOVIMENTOS SOCIAIS, PARTICIPAÇÃO E DEMOCRACIA. NÚCLEO DE PESQUISA EM MOVIMENTOS SOCIAIS, 1., 2010, Florianópolis. **Anais [...]**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2010. p. 1990-2006.

SANTOS, Eduardo; MARIANO, Jefferson; PASSANEZI, Paul. Entrevista com Paul Singer. **Revista Gerenciais**, v. 2, p. 3-5, 2003.

SELLTIZ, C. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. 2 ed. São Paulo: Herder/ Edusp, 1967.

SIBILIA, P. **O homem pós-orgânico**: corpo, subjetividade e tecnologias digitais. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

SILVA, Gerardo. Sobre o marketing, a publicidade e a sociedade do controle|. **Liinc em Revista**, v. 6, n. 1, p. 65-71, 2010.

SILVA, Rafael Bianchi; MENDES, Jéssica Paula Silva; ALVES, Rosieli dos Santos Lopes. O conceito de líquido em Zygmunt Bauman: Contemporaneidade e produção de subjetividade. **Athenea Digital**, v. 15 n. 2, p. 249-264, 2015.

SINGER, Paul. **Introdução à economia solidária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.

SLATER, Don. **Cultura do consumo e modernidade**. São Paulo: Nobel, 2002.

SNUC-Sistema Nacional de Unidades Conservação. Disponível em: <https://www.mma.gov.br/areas-protegidas/unidades-de-conservacao/sistema-nacional-de-ucs-snuc.html>. Acesso: 5 nov. 2019.

SOARES, Leonardo, B.; MIRANDA, Luciana. Produzir subjetividades: o que significa? **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 9, n. 2, p. 408-424, 2009.

TAVARES, Fred et al. The “Green Consumption” and the Rhizomatic Capital Strategy: Ads and Reports in the Brazilian Media. **Advances in Applied Sociology**, v. 7, n. 2, 2017.

TAVARES, Fred. "Kits de subjetividade verde". O consumo da natureza e as modelagens marcárias nas tensões do controle e do capitalismo rizomático. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 16, n. 187, p. 01-12, 2016.

TAVARES, Fred. "Sustentabilidade Líquida": o consumo da natureza e a dimensão do capitalismo rizomático nos platôs da sociedade de controle. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 9, n. 26, p. 37 - 69, 2014.

TAVARES, Fred. **Discurso publicitário e consumo**: uma análise crítica. Rio de Janeiro: E-papers, 2005.

TAVARES, Fred. **Marketing**: conceitos, tipos, objetivos e análise de desempenho. 2007. Disponível em: <http://www.portaldomarketing.com.br>. Acesso em: 2 abr. 2019.

TAVARES, Fred; FERREIRA, Giselle Gama Torres. Marketing verde: um olhar sobre as tensões entre *greenwashing* e eco propaganda na construção do apelo ecológico na comunicação publicitária. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 12, n. 138, p. 23-31, 2012.

TAVARES, Fred; IRVING, M. A. "Sustentabilidade líquida": Resignificando as relações entre natureza, capital e consumo em tempos de fluidez. **Revista Espaço Acadêmico**, v.13, n. 151, p. 01 – 11, 2013.

TAVARES, Fred; IRVING, M. A. Aporias filosóficas: algumas diferenças entre sociedade e cultura de consumo. **Revista Comum**, v. 14, n. 31, p. 94-109, 2008.

TAVARES, Fred; IRVING, M. A. **Natureza S/A**. O consumo verde na lógica do Ecopoder. São Paulo: Rima, 2009.

TAVARES, Fred; IRVING, M. A. O consumo verde no Brasil: uma investigação psicossocial e rizomática. **Comum**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 24, p. 79-96, 2005.

TAVARES, Frederico; IRVING, Marta; VARGAS, Rosa. O "Ter Humano" e os "Kits de Subjetividade": uma perspectiva psicossociológica. **Conexões PSI**, v. 2, n. 1, p. 109-127, 2014.

TAVARES, Margarete Ribeiro; SILVA, Analice Araujo. Exemplos e práticas da produção de "kits de subjetividade verde" como narrativas de modelagens marcárias no consumo da natureza. **Revista Espaço Acadêmico**, v. 16, n. 187, p. 23-34, 2016.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. Baudrillard: trabalho e hiper-realidade. **RAE eletrônica**, v. 9, n. 1, 2010. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/raeel/v9n1/v9n1a8.pdf>. Acesso em: 28 jun. 2016.

TÖNNIES, Ferdinand. **Communities and Society**: Gremanischaft and Gesellschaft. East lausing. East Lansing: Michigan State University Press, 1957. p. 223-231.

TRIGUEIRO, André. **Mundo sustentável**: abrindo espaço na mídia para um planeta em transformação. São Paulo: Globo Livros, 2005.

UNIVERSIDADE DO ESTADO DE SÃO PAULO. Jornal da USP: USP oferece oficina gratuita sobre economia solidária. 2017. Disponível em: <https://jornal.usp.br/universidade/acoes-para-comunidade/usp-oferece-oficina-gratuita-sobre-economia-solidaria/>. Acesso em: 23 maio 2019.

VARGAS, Rosa Chistina Rulff. **Filme, consumo e cultura-mercadoria**: processos de subjetivação e produção de kits de subjetividade nas imagens do tabaco longas-metragens brasileira. Tese (Doutorado em Psicologia) – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

VILLELA, Adriana. **Construção com vidro, gente e sucata**: reaproveitamento de recursos naturais do vidro e da criatividade humana na Cooperativa 100 Dimensão do Distrito Federal. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Sustentável) – Centro de Desenvolvimento Sustentável, Universidade de Brasília, Brasília, 2007

VOZERIO. **O Sertão Carioca é dentro da gente**. 2015. Disponível em: <http://vozerio.org.br/Sertao-Carioca>. Acesso em 24 mai. 2019.

Weetman, Catherine. **Economia circular: conceitos e estratégias para fazer negócios de forma inteligente e lucrativa**. Catherine Weetman. Tradução Afonso celso da Cunha Serra.1. Ed. São Paulo: Autêntica Bioness, 2019.

WORLDWATCH INSTITUTE. **Vital Signs Volume 21**: The Trends That Are Shaping Our Future. Washington, D.C.: Island Press, 2014.

ZOURABICHVILI, François; GOLDSTEIN, Víctor. **O vocabulário de Deleuze**. 2004. Disponível em: <https://www.academia.edu/download/39182238/deleuze-vocabulario-francois-zourabichvili1.pdf>. Acesso em: 25 mai, 2018.

ANEXOS

Anexo 1 – Entrevista para representantes das Redes

Esta pesquisa denomina-se: **Resíduos Agrícolas S.A.?** A politização do consumo e/ou produtivização da natureza: a influência dos resíduos na comercialização de orgânicos e os “kits de subjetividades” no caso dos fazendeiros urbanos do entorno do Maciço da Pedra Branca.

Seu objetivo é refletir sobre as novas significações dos resíduos na lógica do consumo. A pesquisa está vinculada ao Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (UFRJ) que discute temas como sustentabilidade e consumo.

Se desejar o conteúdo desse questionário pode ser sigiloso, basta assinalar a alternativa abaixo:

() Sim () Não

Desde já agradeço sua participação.

Nome (opcional):

1. Faixa etária (opcional):

__ (entre 20 e 35 anos) __ (entre 36 e 45 anos) __ (entre 46 e 65 anos) __ (acima de 65 anos)

2. Gênero (opcional): __ masculino __ feminino __ outro

3. Grau de escolaridade (opcional): __ (ensino fundamental) __ (ensino médio) __ (ensino superior) __ (pós- graduação) __ (outros)

4. Como surgiram as redes?

5. Como se dá a relação de pureza e segurança dos alimentos comercializados?

6. Quais as alternativas orgânicas e agroecológicas utilizadas para a adubação na produção?

7. Como se dá a relação de representatividade entre os sujeitos constituídos?

8. Como se dá a percepção da veiculação de propagandas a respeito das grifes (marca distintiva) “verdes”?

9. Como são representados os termos “agroecológico” e “orgânicos”, na concepção da associação?

Agroecológico: _____

Orgânicos: _____

10. Como é constituída a rede de relacionamentos com os atores afins?

11. Como se dá a certificação entre os produtores? Esses estão cadastrados?

12. Em relação ao quantitativo de produtores, como se se comportam no ano corrente?

Anexo 2 – Entrevista com a representação da Comissão de Produção Orgânica do Estado do Rio de Janeiro, componente do Centro Estadual de Pesquisa em Agricultura Orgânica da PESAGRO-RIO

Esta pesquisa denomina-se: **Resíduos Agrícolas S.A.?** A politização do consumo e/ou produtilização da natureza: a influência dos resíduos na comercialização de orgânicos e os “kits de subjetividades” no caso dos fazendeiros urbanos do entorno do Maciço da Pedra Branca. Seu objetivo é refletir sobre as novas significações dos resíduos na lógica do consumo. A pesquisa está vinculada ao Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (UFRJ) que discute temas como sustentabilidade e consumo. Se desejar o conteúdo desse questionário pode ser sigiloso, basta assinalar a alternativa abaixo:

() Sim () Não

Desde já agradeço sua participação.

Nome (opcional)

1. Faixa etária (opcional):

__ (entre 20 e 35 anos) __ (entre 36 e 45 anos) __ (entre 46 e 65 anos) __ (acima de 65 anos)

2. Gênero (opcional):: __ masculino __ feminino __ (outros)

3. Grau de escolaridade (opcional)::

__ (ensino fundamental) __ (ensino médio) __ (ensino superior) __ (pós-graduação) __ (outros)

4. Como se dá entendimento das classificações estabelecidas para as atividades das atividades realizadas ?

5. Como se dá da garantia dos produtos e das certificações?

6. Como é feita a utilização de alguns produtos aplicados em pequena escala na fertilização do solo, verificados na pesquisa?

7. Quais são as qualidades inerentes à manutenção os produtos durante a exposição nas feiras em função da aparência?

8. Em vista do marketing demandado nas feiras, é perceptível a mídia veiculada pelos feirantes?

9. Haveria alguma possibilidade de ocorrência de politização para o consumo em função de exposição do selo “verde”?

10. Haveria alguma possibilidade dos resíduos agrosilvopastoris concorrem para que ocorra a produtização da natureza?

Anexo 3 – Modelo de questionário para produtores

Esta pesquisa denomina-se: **Resíduos Agrícolas S.A.?** A politização do consumo e/ou produtilização da natureza: a influência dos resíduos na comercialização de orgânicos e os “kits de subjetividades” no caso dos fazendeiros urbanos do entorno do Maciço da Pedra Branca. Seu objetivo é refletir sobre as novas significações dos resíduos na lógica do consumo. A pesquisa está vinculada ao Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (UFRJ) que discute temas como sustentabilidade e consumo.

Se desejar o conteúdo desse questionário pode ser sigiloso, basta assinalar alternativa abaixo:

Sim Não

Desde já agradeço sua participação.

Nome (opcional):

1. Faixa etária:

(entre 20 e 35 anos) (entre 36 e 45 anos) (entre 46 e 65 anos) (acima de 65 anos)

2. Gênero: masculino feminino (outro)

3. Grau de escolaridade:

(ensino fundamental) (ensino médio) (ensino superior) (pós-graduação) (outros)

4. Qual o tempo de atuação no ramo? R: _____ anos

Menos de 5 anos () Até 10 anos () Até 15 anos () Mais de 15 anos ()

5. Como se caracteriza a atividade?

Familiar () Não familiar () Extrativista ()

6. Como se dá a continuidade das atividades através das gerações?

Para filhos () Para netos () Para bisnetos () Outros

7. Qual é o tempo dedicado nas ações realizadas?

2 horas () 4 horas () 6 horas 8 horas () Mais de 8 horas ()

8. Há quanto tempo se relaciona com a Redes (indicação numérica)?

() meses () anos

9. Como é compreendida a questão da inserção dos preceitos agroecológicos? (Pode-se marcar mais de uma resposta.)

() De acordo com a Política Nacional de Resíduos Sólidos- Lei 9605/10.

() Através do extrativismo.(retirada do produto e conservação da floresta)

- Com aproveitamento residual de materiais provenientes da floresta
- Com materiais residuais provenientes de restos de culturas, e esterco de animais.
- NRA

10. É feito um estudo no sentido de ter uma produção agroecológica com adubação de origem orgânica?

Sim Não Muito pouco

11. Como se dá o aproveitamento dos restos de cultura e de animais na produção?

- Compostagem Adubação verde
- Na forma bruta. NRA

12. Como se dá o consumo (daquilo que produzem) sob a influência do *marketing* dos produtos orgânicos/agroecológicos?

- São consumidos porque têm o rótulo de agroecológicos..
- São consumidos porque têm o rótulo de orgânicos.
- São consumidos porque existe uma consciência alimentar em relação à saúde.
- São consumidos porque é o ponto de comercialização mais próximo de suas residências
- Outros: _____

13. Como é entendida a questão do ativismo alimentar em referência aos modismos referentes às práticas agroecológicas?

- A produção é direcionada para questões de consumo que envolve um modismo em torno das questões alimentares que buscam alternativas de saúde e bem estar.
- Não se reconhece a participação em movimentos em função de práticas agroecológicas.
- A produção é pautada nos conhecimentos tradicionais em função do local, independente dos modismos.
- A utilização dos resíduos locais (agrosilvopastoris) é importante para a imagem do produto na comercialização? Sim Não .Quanto em uma escala de zero a dez.(_____)

Anexo 4 – Modelo de questionário para consumidores

Esta pesquisa denomina-se: **Resíduos Agrícolas S.A.?** A politização do consumo e/ou produtivização da natureza: a influência dos resíduos na comercialização de orgânicos e os “kits de subjetividades” no caso dos fazendeiros urbanos do entorno do Maciço da Pedra Branca. Seu objetivo é refletir sobre as novas significações dos resíduos na lógica do consumo. A pesquisa está vinculada ao Programa de Pós Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (UFRJ) que discute temas como sustentabilidade e consumo. Se desejar o conteúdo desse questionário pode ser sigiloso, basta assinalar a alternativa abaixo:

() Sim () Não

Desde já agradeço sua participação.

Nome (opcional)

1. Faixa etária:

__(entre 20 e 35 anos)__(entre 36 e 45 anos)__(entre 46 e 65 anos)__(acima de 65 anos)

2. Gênero: __ masculino __ feminino __ (outros)

3. Grau de escolaridade:

__(ensino fundamental)__(ensino médio)__(ensino superior)__(pós-graduação)__(outros)

4. Como foi o acesso aos produtos agroecológicos/orgânicos?

() Busquei esta feira porque moro próximo a ela.

() Busquei esta feira porque só consumo produtos naturais.

() Busquei esta feira porque consumo produtos naturais de vez em quando.

() Busquei esta feira porque hoje todos procuram por estes produtos e está na moda este tipo de consumo.

() Busquei esta feira porque conheço os produtores.

5. Como se dá o conhecimento sobre o aproveitamento residual (adubação) nas culturas plantadas e vendidas aqui?

() Não sei, nunca me informei sobre o assunto.

() Como é agroecológica/orgânica suponho que usem resíduos naturais na produção.

() Eu não conheço a forma de utilização dos resíduos na produção, mas confio nos produtores.

Eu conheço a forma de utilização dos resíduos na produção e confio nos produtores.

6. Qual a finalidade de incorporação desse tipo de alimentação, em relação à redução da disposição inadequada de resíduos na natureza, o que ela representa?

Desconheço.

A finalidade é consumir produtos agroecológicos/orgânicos e certificados.

A finalidade é optar por uma alimentação saudável, independente da adubação.

A proposta é o consumo de alimentos com o selo verde.

Representa que os produtores não usam agrotóxicos/produtos químicos para na produção.

7. Qual é a frequência do consumo desses produtos e por qual período de tempo se dá essa opção?

Frequência:

Período de tempo:

Semanalmente

semanas

De 15 em quinze dias

meses

Uma vez por mês.

anos

De vez em quando

8. Como se procede à alimentação com orgânicos/ agroflorestais, se exclusivamente ou variada?

Exclusivamente, sempre Variada

9. Como são entendidos os termos “orgânicos” e “agroflorestais”?

Orgânico: _____

Agroflorestal: _____

São a mesma coisa.

10. Como são as sensações de consumir produtos considerados “verdes”, com foco voltado para os resíduos incorporados na produção?

sensação de estar engajada no movimento por uma alimentação saudável.

sensação de bem estar.

Outras: _____

11. Como se dá a busca de informações sobre esses produtos?

Nas propagandas de TV, rádio, etc.

Livros

Internet

Outros: _____

12. Como as campanhas em torno do consumo de produtos “verdes” influenciam nas escolhas pelos mesmos?

Influem muito Influem moderadamente Não Influem

13. Como se dão as questões de confiabilidade existentes entre consumidores e produtores em relação ao tipo de adubação usada (adubação orgânica e /ou adubação química)?

Confio moderadamente Confio totalmente Não confio

14. Como é a expectativa desse consumo alternativo em relação à diminuição de resíduos de ordem orgânica no ambiente?

acho que diminuem Não diminuem Desconheço o fato totalmente

!5. Resuma a imagem em uma palavra: _____

Fonte: RECICLOTECA (2019)

Anexo 5- Análises e discussão dos resultados resumidas

Foram tabelados os dados mais significativos de acordo com o objeto da pesquisa, com a aferição das principais questões levantadas*, com a finalidade de elaboração da conclusão do estudo.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS – PRODUTORES/TABELADO

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS – CONSUMIDORES/TABELADO

Fonte: elaboração dos autores

Anexo 6 – Imagens das produções no maciço da Pedra Branca e Arredores

Sítio do Sr. Miguel Archanjo / AGROVARGEM

Fonte: Página Oficial de Miguel Archanjo (Facebook)

Coletivo: Produtos da Gente / Colônia Juliano Moreira

Fonte: Página Oficial dos Produtos da Gente

Sítio do Sr. Russo/ Pau da Fome

Fonte: Página Oficial de Verdejar Ambiental (Facebook)

Produção orgânica/ AGROPRATA

Fonte: Página Oficial da AGROPRATA

Anexo7: Sobre a autora

Barbara Lucia Guimarães Alves

Doutora aprovada em Psicossociologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro-UFRJ/EICOS-Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (2016). Possui Mestrado Profissionalizante em Programa de Pós-graduação em Engenharia Ambiental pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil (2007). Possui e graduação em Engenharia Agrônômica pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (1978) e graduação em Licenciatura em Ciências Agrícolas - UFRRJ (1975). Coursou a Especialização em Gestão para Educação do

Programa de Despoluição da Baía de Guanabara, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ (2001). Atualmente é Professora I – inativa: do Estado do Rio de Janeiro em Agricultura (Ensino Médio), de Técnicas Agrícolas (Ensino Fundamental) e da Secretaria Municipal de Educação do Rio de Janeiro, na qual ministrou diferentes Oficinas dentro do sistema de Polos de Educação pelo Trabalho, de acordo com a grade de formação. É consultora em Paisagismo e Meio Ambiente, palestrante atuante nos seguintes temas: árvore, poda, gerenciamento, aterro, consumo e resíduo.