



**A economia do dom no contexto da digitalização dos circuitos curtos de comercialização agroecológica: o caso da Feira Virtual Bem da Terra**  
*The gift economy in the context of the digitization of short circuits of agroecological commercialization: the case of the Bem da Terra Virtual Fair*

FEIJÓ, Cristiane Tavares<sup>1</sup>; GAZOLLA, Marcio<sup>2</sup>; ALBUQUERQUE, Tatiana Schiavon de<sup>3</sup>; THIES, Vanderlei Franck<sup>4</sup>

<sup>1</sup> UTFPR, cristavaresfeij@gmail.com; <sup>2</sup> UTFPR, marciogazolla1@gmail.com; UFPel, tschiavon92@gmail.com; IFRS, vftc3@yahoo.com.br

**RESUMO EXPANDIDO**

**Eixo Temático: Sistema Agroalimentares e Economia Solidária**

**Resumo:** O processo contemporâneo de digitalização tem alterado expressivamente as diversas dinâmicas sociais. Nesse contexto, buscou-se compreender as transações que ocorrem por meio de trocas de favores e outras formas de generosidade, entre os agricultores e consumidores, reconfiguradas pela digitalização no contexto da Feira Virtual Bem da Terra (Pelotas-RS). A iniciativa constitui uma rede da economia solidária e articula a comercialização de alimentos oriundos dos sistemas agroalimentares de base e em transição agroecológica. Tem-se como procedimento metodológico a conciliação entre o método *netnográfico* e etnográfico. Constatou-se que 25,2% dos conteúdos publicados no *Instagram* reforçam a dimensionalidade do sistema de acreditação, contribuindo para as relações de troca e credibilidade entre os atores sociais. Conclui-se que a digitalização da Feira propõe a formação de uma estrutura capaz de promover o prestígio dos alimentos de base solidária e agroecológica, reestabelecidas entre as interações sociais virtuais e presenciais.

**Palavras-chave:** digitalização; sistemas agroalimentares sustentáveis; agroecologia; reciprocidade.

**Introdução**

A industrialização e a globalização agroalimentar do mundo moderno implicaram, entre tantos processos, na desconexão das cadeias de abastecimento alimentar em relação aos contextos produtivos, no que se refere as suas dimensões socioculturais, territoriais e ecológicas. Além disso, segundo Michel-Villarreal *et al.* (2021), com as alterações climáticas e a inesperada pandemia de COVID-19 ampliaram-se as tensões dentro das cadeias alimentares. Diante dessa problemática, ganha relevância a capacidade de antecipação e preparação num contexto disruptivo, destacando-se a importância da ampliação da capacidade de resiliência do sistema agroalimentar, por meio do encurtamento da cadeia de suprimentos e da adoção das tecnologias digitais.



Os mercados alimentares digitais da agricultura familiar têm se destacado no Brasil, especialmente, por meio da oferta de alimentos e serviços nas redes sociais. Estes mercados podem ser compreendidos a partir das suas estratégias adotadas de organização da produção e comercialização, assim caracterizados por interações socioespaciais de proximidade entre os agricultores e consumidores. Um exemplo consolidado é a Feira Virtual Bem da Terra, conhecida por ser um empreendimento da economia solidária, que nasceu em 2014 como uma proposta de mercado digital dos produtos da agricultura familiar. Segundo Aldrighi (2020), a feira virtual teve como propósito a comercialização de alimentos e produtos da agricultura familiar de sistemas agroecológicos e em transição, a partir de canal direto estabelecido com um grupo de consumidores responsáveis, no município de Pelotas, no estado do Rio Grande do Sul (RS). A rede formalizada por produtores, incubadoras (ligadas às instituições de ensino, pesquisa e extensão) e consumidores, tem como proposta basilar o fortalecimento de empreendimentos da economia solidária e dos laços sociais locais, territoriais e regionais.

Uma vez que, a digitalização dos processos de comercialização e consumo foi uma estratégia para promover a comercialização direta dos alimentos oriundos dos sistemas agroecológicos e em transição, questiona-se: como a digitalização da Feira Virtual Bem da Terra tem afetado a dinâmica das doações de bens e serviços estabelecidas entre agricultores e consumidores?

Diante dessa problemática, é importante frisar que pouco se sabe, como o processo da digitalização dos mercados da agricultura familiar têm transformado o sistema econômico baseado nas relações sociais e de trocas, para além das transações monetárias e instantâneas. Dada a relevância das experiências da Feira Virtual Bem da Terra na região sul do RS, o presente estudo teve por objetivo: compreender e analisar, por meio da perspectiva da economia do dom (MAUSS, 2003; CAILLÉ, 2002) as transações que ocorrem por meio de trocas de alimentos, sementes, produtos, favores, serviços e outras formas de generosidade entre agricultores e consumidores, reconfiguradas pela interface da digitalização dos mercados.

## **Metodologia**

A Feira Virtual Bem da Terra é uma iniciativa consolidada por uma rede de associados da agricultura familiar, artesãos urbanos e consumidores. Esta rede conta com a contribuição dos agricultores familiares agroecológicos e daqueles que se encontram em diferentes níveis de transição agroecológica (ALEGRINI et al., 2020). A experiência desenvolve-se no sul do RS, nos municípios de Pelotas, Morro Redondo e Canguçu, cujas paisagens naturais destacam-se pelo Bioma Pampa. Segundo a classificação do IBGE (2020), estes municípios pertencem a Região Geográfica Intermediária de Pelotas, o que indica, simplificadamente, a influência socioeconômica de Pelotas em termos da oferta de bens e serviços, tais como: universidades, hospitais, oportunidades de trabalho etc.



A pesquisa realizada junto à Feira Virtual Bem da Terra é fruto da conciliação entre o método netnográfico e etnográfico. O método etnográfico pode ser definido, resumidamente, pelo conjunto de técnicas e de procedimentos de coleta de dados a partir do exercício em campo, pelo qual possibilita a convivência do pesquisador junto aos atores sociais a ser estudado (ECKERT e ROCHA, 2008). Já a netnografia, segundo Kozinets (2014), compreende-se pela construção especializada de uma etnografia adaptada às especificidades advindas dos mundos sociais da atualidade mediados pelos computadores.

Os dados da netnografia foram coletados, principalmente, do *Instagram*, no período que compreende o mês de março do ano de 2020 até fevereiro de 2023. Para a coleta dos dados, foi observado o fluxo de postagens nas páginas do *Facebook* e *Instagram* da Feira Virtual, pelas quais constatou-se que o *Instagram* tem sido o meio digital de comunicação e informação mais utilizado pela Feira. Também foi realizado trabalho de campo, em maio de 2023, junto aos professores-pesquisadores da Universidade Federal de Pelotas (UFPel), onde se localiza uma das incubadoras que deu origem à Feira Virtual. Após, visitou-se duas propriedades agroecológicas, localizadas em Canguçu, cujas famílias agricultoras associadas fazem parte de um dos grupos que comercializam seus alimentos na Feira Virtual.

A partir dos dados coletados no *Instagram*, foi criado um *corpus* textual para a sua análise no *software Iramuteq*. Nesse sentido, adotou-se a Classificação Hierárquica Descendente (CHD), com a finalidade de identificar quantitativamente as classes formadas por meio dos segmentos textual, resultando na classificação dos vocabulários. Tal análise possibilitou uma leitura sistemática dos discursos e ações da Feira, em relação às perspectivas da economia do dom (MAUSS, 2003; CAILLÉ, 2002), das cadeias curtas e dos sistemas agroalimentares de base agroecológica e solidária.

O trabalho é parte dos resultados de atividades de pesquisas previstas nos projetos: “Mercados alimentares digitais no Brasil: inovações, dinâmicas e limites das experiências de comercialização online de alimentos da agricultura familiar no contexto da pandemia da Covid-19” financiado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), através da Chamada 04/2021 (Processo 303942/2021-5) e “Mercados alimentares digitais no Brasil: dinâmicas, inovações e desafios da comercialização na agricultura familiar” financiado pelo CNPq, Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovações (MCTI), através da Chamada 40/2022 (Processo nº 409231/2022-3).

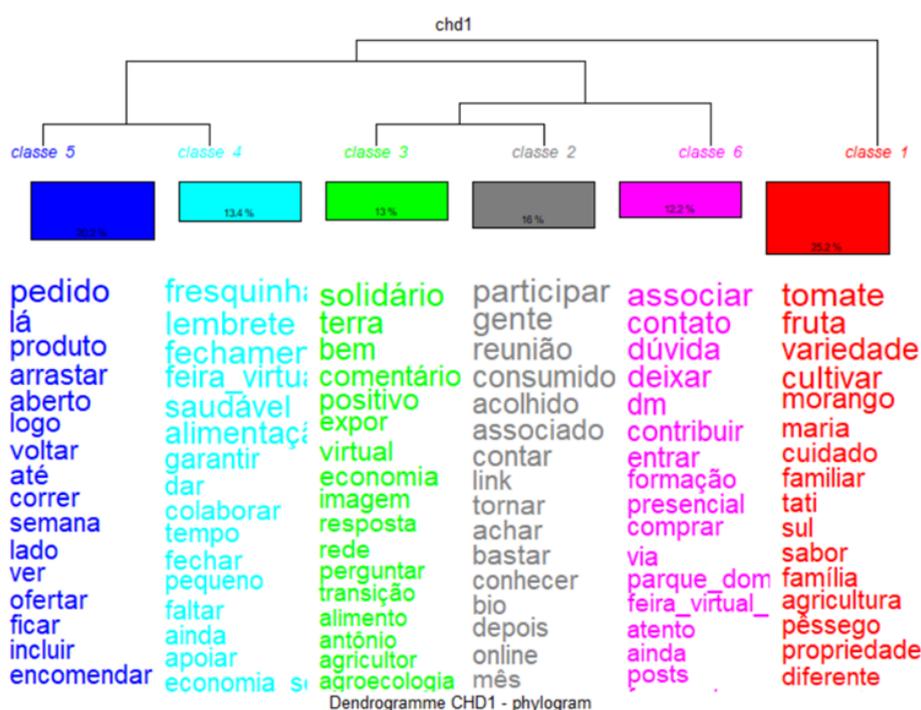
## **Resultados e Discussão**

Os dados relacionados a Feira indicam uma forte estratégia digital de comercialização, praticada por meio da sua cadeia curta de comercialização. Como se observa a Figura 1, os vocabulários relacionados ao incentivo para a aquisição dos alimentos agroecológicos e em transição, bem como a dinâmica virtual de



funcionamento da Feira, representam 20,2% do total dos discursos e ações da rede

Bem da Terra. Esta característica pode ser evidenciada pela própria relação estabelecida entre as classes 4 e 5, cuja configuração é capaz de destacar a relevância dos atributos conferidos aos alimentos e produtos comercializados na Feira. Os vocabulários referentes a qualidade dos alimentos e respectivamente dos sistemas agroalimentares de base agroecológica e solidária, que compõe a Feira, representam 13,4% da sua publicação. Tal forma de organização, segundo Michel-Villarreal *et al.* (2021) evidencia a importância das tecnologias digitais de baixo custo, que podem oferecer suporte à vários recursos e estratégias de resiliência do sistema agroalimentar alternativo.



**Figura 1:** Dendrograma com a porcentagem em cada classe e palavras elaborado no software Iramuteq.

A lógica organizacional reflete na gestão da Feira, representada pela classe 2. Verifica-se que, a participação que reúne os agricultores familiares e consumidores, é promovida por uma espécie de contrato social. Este contrato é orientado pelas regras e responsabilidades compartilhadas, tanto por parte do consumidor responsável, quanto por agricultores familiares, encarregados de ofertar alimentos frescos e saudáveis. Conforme as informações trazidas por uma agricultora agroecológica, representante de um dos grupos associados à Feira, são realizados diversos encontros (virtuais e presenciais) entre agricultores e consumidores, com o propósito de estimular, reorientar e promover a confiança, a cooperação, a doação e a reciprocidade, por meio dos princípios que regem a economia solidária. Para isso, é de fundamental importância que tanto o agricultor quanto o consumidor associem-se à Feira. Este *modus operandi* é representado na Figura 1,



especialmente, pelas palavras-chave 'participar', 'solidário' e 'associar', o que corresponde aos conteúdos divulgados de 16%, 13% e 12,2%, das classes 2, 3 e 6, respectivamente.

Porém, o que está em jogo são os processos de trocas que decorrem, antes de tudo, da moral (conjunto de valores estabelecidos entre os atores sociais). Com base na teoria de Mauss (2003), pode-se dizer que, a própria intensidade de doação, tanto dos agricultores quanto consumidores, repercute nos atos do trabalho dedicado à Feira, legitimando a busca da generosidade e a superação de interesses exclusivamente individualistas entre os atores sociais envolvidos. Nesse sentido, as trocas são consolidadas entre as relações presenciais e virtuais. Trata-se de um mercado social territorialmente enraizado e pautado na concepção coletiva e colaborativa. O que tem repercutido, também, no esforço de mobilizar sua ampla rede sociotécnica (agricultores, pesquisadores, consumidores etc.), para o desenvolvimento do sistema de acreditação. Seu conjunto de regras e procedimentos, compreende-se pela consolidação de uma metodologia participativa, com o propósito de atestar aos consumidores e demais públicos, a procedência agroecológica dos empreendimentos rurais associados a Feira Virtual Bem da Terra (ALDRIGHI, 2020).

Por fim, a classe 1 que representa 25,2% dos conteúdos publicados no *Instagram*, reforça a dimensionalidade do sistema de acreditação. Nesta classe, pode-se perceber a intrínseca relação que há entre as ações e discursos presentes na esfera presencial e virtual. Alguns termos em destaque, tais como: 'familiar', 'cuidado', 'variedade', 'sabor', 'maria', por exemplo, disponibilizam informações que compõe a formação (acreditação) dos sistemas agroalimentares de base agroecológica vinculados à Feira. Além disso, foi possível observar em campo junto as famílias agricultoras agroecológicas, que os alimentos são comercializados na Feira Virtual, conforme sua sazonalidade. Na classe 1, representado pelas palavras 'tomate', 'morango' e 'pêssego', destaca-se essa característica da produção agroecológica. Outro aspecto importante do campo, que corrobora com a análise do *Iramuteq* (classe 1), é a grande variabilidade de espécies presentes nos sistemas agroecológicos desenvolvidos pelos agricultores. Estes sistemas são mantidos pela troca de saberes, sementes e espécies entre os agricultores. O que vem reforçando os laços de parentesco, amizade, solidariedade e reciprocidade, em conformidade com a economia do dom. Esta rede de interações complexas resultará na oferta de alimentos pela Feira Virtual, capaz de estabelecer e expandir seus laços sociais. Em suma, trata-se, segundo Sevilla Gusmán (2012), de iniciativas baseadas em motivações sociais e políticas por parte de um consumo que extrapola os limites individualistas.

## Conclusões

Diante da problemática abordada e o objetivo proposto do presente artigo, foi possível constatar que, as interrelações estabelecidas entre agricultores familiares e consumidores da Feira Virtual Bem da Terra, são exercidas por meio das regras e



transações estimuladas pela troca de sementes, conhecimentos, favores, serviços etc., para além das transações sociais utilitaristas. Nesse caso, a digitalização dos mercados agroecológicos e em transição da agricultura familiar, se propõe a formação de uma estrutura capaz de promover o prestígio dos alimentos de base solidária e agroecológica, por meio das cadeias curtas, reestabelecidas entre as interações sociais virtuais e presenciais. Com isso, o próprio *Instagram* da Feira Virtual Bem da Terra revela-se como uma ferramenta de baixo custo, capaz de comunicar, informar, mas também atrair novos consumidores. Nesse sentido, foi possível verificar o potencial dessa rede social, cuja contribuição reforça, inclusive, a formação crítica de novos consumidores responsáveis. Observa-se que a mobilização por parte dos consumidores, tanto na esfera virtual como presencial, contribui com a resiliência dos sistemas agroalimentares de base agroecológica e solidária. Esta interação impulsiona tanto a mudança, quanto a consolidação de sistemas agroalimentares agroecológicos. Por fim, destaca-se que a presente pesquisa é resultado de uma análise ainda inicial, mas que, merece novos estudos sobre as novas dinâmicas socioeconômicas e ambientais dos mercados, aqui discutidas.

### Referências bibliográficas

ALDRIGHI, W. B. **Feira virtual Bem da Terra e Mercados de Proximidade**: uma análise a partir da Perspectiva Orientada pelo Ator. 129 f. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Territorial e Sistemas Agroindustriais. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2020.

CAILLÉ, A. **Antropologia do dom**: o terceiro paradigma. Petrópolis: Editora Vozes, 2002. 328 p.

ECKERT, C.; ROCHA, A. L. C. da. Etnografia: Saberes e Práticas. **ILUMINURAS**, Porto Alegre, v. 9, n. 21, 2008. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/9301>. Acesso em: 24 abr. 2023.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Divisão Regional do Brasil**. IBGE. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/geociencias/organizacao-do-territorio/divisaoregional/15778-divisoes-regionais-do-brasil.html?=&t=o-que-e>. Acesso em jun. 2023.

KOZINETS, R. V. **Netnografia**: Realizando pesquisa etnográfica online. Porto Alegre: Penso, 2014. 203 p.

MAUSS, M. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003. 536 p.

MICHEL-VILLARREAL, R.; VILALTA-PERDOMO, E.L.; CANAVARI, M.; HINGLEY, M. **Resilience and Digitalization in Short Food Supply Chains: A Case Study Approach**. Sustainability, 13, 2021. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/11/5913>. Acesso em jun. 2023.

SEVILLA GUSMÁN, E. **Canales cortos de comercialización alimentaria em Andalucía**. Andalucía: Centro de Estudios Andaluces, Consejería de la Presidencia e Igualdad, 2012. 164 p.