

Os Mercados da Terra Slow Food. Entre modelos antigos e novas demandas: experiências locais de troca e consumo alimentar

Avance de investigación en curso

GT15- Meio Ambiente, sociedade e desenvolvimento sustentável

Chiara Gentile¹

Resumo

O presente trabalho visa reconstruir história e contextos do surgimento e da difusão do movimento Slow Food e de uma das suas principais iniciativas: o projeto “Mercados da Terra”.

Desde seu exórdio, o projeto “Mercados da Terra” procura construir uma rede de feiras agrícolas criadas ou revitalizadas de acordo com os princípios Slow Food. Geridos coletivamente, são pontos de encontro onde os produtores locais oferecem produtos de qualidade diretamente aos consumidores urbanos, garantindo métodos de produção ecologicamente sustentáveis.

O objetivo desse trabalho é descrever e analisar as peculiaridades da referida tipologia de mercados, salientando elementos e dinâmicas virtuosas que contribuam para sua viabilidade e sustentabilidade econômicas, sociais e ambientais.

Palavras-chave: Movimento Slow Food, consumo crítico, projeto Mercados da Terra

1. AS ORIGENS DO MOVIMENTO SLOW FOOD

Em 1989 surgiu, na Itália, o movimento Slow Food, hoje constituído como associação internacional ativa em 150 países do mundo, com membros e projetos empenhados na proteção e promoção de alimentos tradicionais e de qualidade, dos ingredientes primários, na conservação de métodos de cultivo e processamento ecologicamente atentos, na defesa da biodiversidade (tanto de espécies cultivadas como silvestres), na tutela das comunidades de produtores, de locais de valor histórico, artístico ou social que formam parte de heranças alimentares e exprimem valores identitários de grupos e culturas.

As origens históricas e ideológicas do Slow Food remontam ao período de grande efervescência política e cultural que caracterizou a Itália, a Europa e muitas regiões do mundo na década de 1970. Após os acontecimentos de 1968 em Paris e o Outono Quente de 1969, movimentos de estudantes e operários, jovens e intelectuais de esquerda deram início a ações de protesto político e social que visavam achar caminhos alternativos aos dos partidos políticos, criando estruturas de base e formas de ação mais autônomas e diretas.

Um grupo de jovens ativistas de esquerda, entre os quais estavam Carlo Petrini, Azio Citi e Giovanni Rinaldo – todos eles nativos de Bra, vila do Piemonte (norte da Itália) famosa pela produção de vinhos e do precioso *tartufo bianco* – inspirados por ideais comuns, começaram a se dedicar a iniciativas sociais e cívicas de cunho popular (Andrews, 2008).

A partir da criação, em 1974, do periódico de esquerda “*In campo rosso*”, passando pela abertura da estação de rádio política e independente *Radio Bra Ombre Rosse*, em 1975, até chegar à fundação da *Cooperativa Libreria La Torre* e da pequena revenda de produtos alimentares locais (em 1975, em Alba, cidade próxima a Bra), o grupo operava ativamente na região realizando iniciativas destinadas às

¹ Doutoranda em Desenvolvimento Sustentável pelo Centro de Desenvolvimento Sustentável-CDS da Universidade de Brasília (Brasil), mestre em Disciplinas Etno-Antropológicas pela Universidade de Roma La Sapienza (Itália). chiara.pcin@yahoo.it

classes proletária e campesina. Inicialmente próximo ao PCI (Partido Comunista Italiano), o grupo tinha sucessivamente migrado para o PDUP (Partido de Unidade Proletária, que recolhia os marxistas extraparlamentares decepcionados com a conduta do PCI; Andrews, 2008).

Em 1975, um membro do grupo, Carlo Petrini, foi eleito *consigliere comunale* (vereador) na prefeitura de Bra, consentindo maior visibilidade ao grupo e suas ações. A política de Petrini e de seus companheiros se demonstrava solidamente ligada a modelos de expressão cultural da identidade regional (em 1979 organizaram o primeiro festival internacional de tradições populares piemonteses, *Canté i'euve*, chamando a participar músicos da Rússia, Suécia, Irlanda, Grã-Bretanha e França, e obtendo financiamento do órgão administrativo público regional; Petrini, 2005).

Em seguida, participaram e foram fundadores de outras associações político-culturais (*Arci Langhe*, Associação *Amici Del Barolo*, em 1981, e *Arcigola*, em 1986), sempre ligadas à esquerda italiana, e trabalharam na realização de eventos geridos autônoma e coletivamente, ampliando cada vez mais a rede de colaborações com grupos similares em outras regiões da Itália (especialmente na Toscana e em Roma) e cada vez mais em direção à promoção das tradições camponesas e enogastronômicas locais (Petrini, 2005; Petrini & Padovani, 2005; Andrews, 2008).

Na visão de Petrini e de seus amigos, a célebre frase “o privado é político”, dominante nos debates das décadas de 1960 e 1970, conectava temas como a liberdade, o interesse pelas artes, o uso do tempo livre, a qualidade de vida. Justamente a qualidade de vida, incluindo o acesso a alimentos de qualidade e à sua valorização, ia se tornando uma questão de política e democracia.

Naqueles anos, era muito comum, para os movimentos de esquerda, traduzir o compromisso e o ativismo político também por meio da criação de associações gastronômicas regionais e populares: os militantes abriam *Case del Popolo*, *hosterie* e *trattorie* (cantinas) tradicionais, lugares destinados ao lazer das classes populares, dos trabalhadores da terra e das indústrias (Andrews, 2008).

Essas experiências, junto com a eleição de Carlo Petrini à presidência da federação cultural e recreativa de esquerda *Arci Gola* (que mais tarde passou a ser *Arcigola*), com as atividades e a fama alcançada por esta na divulgação das tradições e excelências gastronômicas italianas, contribuíram decisivamente para a elaboração e futura forma organizativa do Slow Food (Petrini, 2005; Petrini & Padovani, 2005).

A década de Oitenta assistia ao enfraquecimento dos ideais e da vitalidade política e cultural das duas décadas precedentes: a Itália vivia uma mudança social e econômica de tipo neoliberal, caracterizada pela afirmação de fórmulas e valores mais individualistas, pela ascensão de Silvio Berlusconi, com seus monopólios televisivo e empresarial.

Segundo Cinzia Scaffidi, diretora do Centro de Estudos do Slow Food em 2008, a “superficialidade” cultural da época ia se expandindo também ao âmbito alimentar: chegavam à Itália os primeiros *fast food*, acompanhados por certo esquecimento das receitas, ingredientes e hábitos alimentares tradicionais (Andrews, 2008).

Em 1986, logo após a manifestação promovida pela *Arcigola* contra a abertura de um restaurante McDonald's próximo à histórica Praça de Espanha, em Roma, pela primeira vez apareceu o termo “slow food”.

A expressão, que se tornaria o nome do movimento fundado por Petrini e seus colaboradores, aparecia no Manifesto do Slow Food, redigido pelo poeta e intelectual Folco Portinari em ocasião da manifestação anti-McDonald's. Inspirado no Manifesto Futurista de Marinetti (1909) e na máquina para a nutrição humana do filme *Tempos Modernos*, de Charlie Chaplin, o Manifesto Slow Food contestava a base ética daquela que era definida “vida veloz”, criticava a confusão entre eficiência e frenesi e exaltava as virtudes de uma vida lenta, baseada nos valores e nos prazeres dos sentidos e da sabedoria (Andrews, 2008).

Após a publicação do Manifesto (1987), e a tradução de uma versão menor em vários idiomas, Petrini e colaboradores decidiram celebrar o lançamento oficial do movimento Slow Food, ocorrido em Paris em Dezembro de 1989.

2. EVOLUÇÃO, ESTRUTURA, PRINCÍPIOS.

Embora as primeiras declarações denunciasses mais uma postura defensiva do que propositiva e apesar do inicial enraizamento no contexto regional-nacional e da clara afiliação à matriz cultural italiana (sua história, economia, territórios, contexto sociopolítico e tradições), o movimento não ficou limitado a uma atenção ao alimento em termos apenas estético-intelectuais e elitistas, como poderia parecer. Tão pouco se restringiu às fronteiras nacionais e europeias. Ao contrário, expandiu sua ação mundo afora, incorporando à sua antiga raiz política novas agendas, novas questões e novas lutas para novos contextos (os dos países em desenvolvimento). Durante os anos 2000, graças à criação da Fundação Slow Food para a Biodiversidade, à realização do evento internacional Terra Madre (2004), à definição dos princípios éticos e políticos do movimento (2004-2005) e à realização de projetos, no mundo inteiro², voltados à redescoberta e valorização de produtos típicos, biodiversidade (sementes e espécies nativas), sociodiversidade (saberes e práticas agrícolas tradicionais) e de processos produtivos atentos ao equilíbrio ecológico, o Slow Food tem incrementado seu engajamento social, político e ambientalista, tornando-se uma força cada vez mais holisticamente crítica e propositiva.

2.1 Estrutura atual

Com mais de 100.000 sócios em 150 países, hoje o Slow Food é uma organização internacional sem fins lucrativos mantida pelos seus associados.

Esta organização é o centro conector de uma rede. Dada a sua postura sem fins lucrativos, ela reinveste todos seus ganhos e recursos financeiros nas atividades definidas em seu estatuto.

A sede central, com a maioria dos escritórios, está localizada em Bra, Itália.

O órgão Slow Food Internacional planeja, coordena e promove o desenvolvimento do movimento em âmbito mundial, bem como as atividades dos vários escritórios nacionais. É gerenciado por uma Diretoria Internacional, eleita a cada quatro anos no Congresso Internacional Slow Food. Essa Diretoria é composta do presidente internacional, Carlo Petrini, três vice-presidentes e um secretário internacional, bem como os presidentes das associações nacionais principais (Slow Food, 2008, 2011).

A Diretoria Internacional é o maior órgão gestor institucional do Slow Food. A estrutura de governo do Slow Food Internacional se completa por um Conselho Internacional, que representa 28 países e/ou regiões do mundo e define as estratégias políticas e de desenvolvimento do Slow Food (<http://www.slowfood.it/21/slow-food-internazionale>, recuperado em abril de 2013).

Alguns países possuem associações nacionais governadas por Diretorias Nacionais. Associações nacionais Slow Food já existem na Itália, nos EUA, no Reino Unido, na Alemanha, na Suíça, na França, no Japão, na Austrália e na Holanda.

As associações nacionais coordenam os eventos e projetos do Slow Food de acordo com as necessidades de seus próprios países (Slow Food, 2008).

As unidades menores, à base da associação, são os grupos de sócios (produtores, chefs, estudantes, etc.) localmente formados e conhecidos como *Convivia* (plural do latim *Convivium*). Os Convivia desenvolvem suas atividades através de reuniões periódicas para compartilhar o prazer da convivência

² Entre os principais eventos temáticos tem-se Cheese (desde 1997; <http://cheese.slowfood.it>, recuperado em abril de 2013) e Slow Fish (desde 2004; <http://slowfish.slowfood.it>, recuperado em abril de 2013) e, entre os projetos, Arca do Gosto, Fortalezas, Mercados da Terra e o mais recente A Thousand Gardens in Africa (Mil Hortas na África, em andamento; http://www.slowfoodfoundation.com/pagine/eng/orti/cerca.lasso?-id_pg=30, recuperado em abril de 2013; www.slowfood.it, recuperado em abril de 2013).

em torno de alimentos da culinária local, da construção de relacionamentos com os produtores, através de campanhas em prol da proteção dos alimentos tradicionais, organizando seminários e degustações, encorajando chefs a usarem alimentos locais, escolhendo produtores para participar de eventos internacionais, promovendo iniciativas locais e projetos de educação alimentar nas escolas (Slow Food, 2008, 2011).

Em 2004, o Slow Food, junto com as Autoridades Regionais de Piemonte e Emilia-Romagna, promoveu a fundação da Universidade de Ciências Gastronômicas, instituição privada reconhecida pelo Estado italiano, localizada nos campi de Pollenzo (perto de Bra) e Colorno (Parma, Itália; <http://www.unisg.it>, recuperado em março de 2013).

2.2 Terra Madre e os princípios Slow Food

Terra Madre é o projeto do Slow Food iniciado em 2004 e realizado a cada dois anos em Turim para construir uma rede internacional de produtores de alimentos e representantes de comunidades locais, cozinheiros, acadêmicos, políticos, intelectuais e grupos de jovens com a finalidade de estabelecer um sistema de produção de alimentos que seja *bom, limpo e justo*.

O conceito holístico de alimento “bom, limpo e justo” é o fulcro filosófico do movimento, o ideal que norteia todas as ações e projetos. Fruto das reflexões surgidas em preparação, durante e após o primeiro encontro do Terra Madre, definida e divulgada por Carlo Petrini no homônimo livro (2005), tal declaração de princípios condensa empenho político e consciência ambiental, incorporando instâncias múltiplas: promoção do direito universal à alimentação saudável e de qualidade (bom); defesa da naturalidade dos produtos alimentares, das diversidades biológica e cultural ligadas a produção, preparo e consumo; promoção de formas produtivas em pequena escala (familiar, comunitária), ecologicamente corretas e capazes de respeitar o equilíbrio dos ciclos que ligam sistema ambiente/homem/matéria prima (limpo); denúncia das contradições globais entre fome e obesidade, carência e desperdício; respeito ao trabalhador e seu *know-how*, através da condenação de processos de produção e comercialização caracterizados por formas exploratórias (justo).

O evento Terra Madre reúne as sub-redes das Comunidades do Alimento³, chefs, universidades e as Redes Jovens. A rede das redes Terra Madre promove: projetos comunitários e intercâmbios; encontros locais e nacionais; o evento internacional em Turim (Andrews, 2008; Slow Food, 2008).

A cada dois anos essas comunidades convergem no evento internacional em Turim, para um encontro cara-a-cara que acontece em torno de reuniões informais e seminários formais para trocas de pontos de vista e discutir soluções de problemas comuns, alternativas viáveis para uma alimentação de qualidade e uma produção sustentável, seguindo uma abordagem que leva em conta não somente as características sensoriais do alimento, mas também os recursos ambientais, o equilíbrio global, a dignidade dos trabalhadores e a saúde do consumidor (Slow Food, 2008).

Carlo Petrini teve a ideia do Terra Madre em 2000, após a primeira edição do Prêmio Slow Food para a Biodiversidade, que reconhecia e premiava o trabalho de pequenos agricultores e produtores que utilizavam métodos tradicionais voltados à salvaguarda de produtos de qualidades. Durante a cerimônia de entrega dos prêmios, reuniram-se centenas de produtores e de jornalistas, os primeiros aproveitando do encontro para trocar entre eles informações sobre sua experiência. Foi assim que Petrini cogitou a

³ Um termo cunhado para definir os diversos tipos de atividade e profissões envolvidas na cadeia de produção de alimentos que estejam ligados historicamente, social e culturalmente a uma área geográfica específica: bancos de sementes, cozinheiros, agricultores, pescadores, coletores de alimentos silvestres, criadores e acadêmicos, entre outros. As comunidades do alimento de Terra Madre agora compreendem mais de 5.000 produtores no mundo (Slow Food 2008, 2011).

possibilidade de um projeto mais amplo, de um evento capaz de juntar produtores vindos do mundo inteiro (Andrews, 2008).

O efeito mais importante do Terra Madre foi a transformação política do Slow Food: agricultores, produtores dos mais variados tipos, pescadores e, também, consumidores, intelectuais e ativistas dos cinco continentes, encontraram-se com o objetivo de compartilhar histórias, experiências e saberes ligados à produção e ao consumo alimentares. O envolvimento dos produtores e o papel central que lhes foi reservado, em especial aos procedentes dos países em desenvolvimento, foram essenciais para deslocar o foco das atenções do Slow Food: a associação de gourmets passou a se caracterizar como movimento político. A partir do primeiro Terra Madre, tornou-se central a preocupação e o ativismo em relação ao futuro alimentar do mundo, ao uso e à distribuição dos recursos, à fome, à pobreza, à agroindústria, às formas de produção e extração, às consequências sobre o meio ambiente, aos mercados global e local, ao papel das mulheres na produção de alimentos, ao turismo e seus efeitos sobre as comunidades. A preocupação e os debates começaram a ser acompanhados por apelos, estudos e apoio a propostas de alternativas concretas (Andrews, 2008; Petrini, 2005).

O princípio ético de alimento bom, justo e limpo, portanto, logo passou a incluir todos os elementos e os momentos a montante e a jusante da comida (acesso aos recursos, produção, distribuição/mercado e consumo). Ou seja, passou a pregar a sustentabilidade ambiental, social e econômica de cada ação do ciclo alimentar.

3. OS MERCADOS DA TERRA

Entre as iniciativas do Slow Food, existe um projeto específico dedicado aos aspectos de sustentabilidade ligados a peculiares locais para a comercialização, em contextos urbanos, dos produtos alimentícios. Trata-se dos mercados e das feiras de produtores que, por apresentarem requisitos específicos, são reconhecidos pelo Slow Food como “mercados da Terra”.

Desde o exórdio (2006), o projeto Mercados da Terra procura construir uma rede internacional de mercados agrícolas criados ou revitalizados de acordo com os princípios Slow Food.

Geridos coletivamente pelos próprios produtores locais, são pontos de encontro onde estes oferecem alimentos de qualidade diretamente aos consumidores urbanos, garantindo métodos de produção ecologicamente atentos e produtos livres de organismos geneticamente modificados (*OGM free*).

Os objetivos principais da promoção dessa tipologia de feiras são:

- preservar a cultura alimentar das comunidades locais, contribuindo para a defesa da biodiversidade e revitalização do nexo entre meio rural e urbano;
- oferecer alternativas à homogeneização consequente da produção industrializada, da grande distribuição organizada e do monopólio de empresas transnacionais;
- eliminar os intermediários na cadeia de produção-distribuição e de definição do preço, garantindo um preço que seja, ao mesmo tempo, acessível para os consumidores e a justa compensação para o digno trabalho do produtor;
- reduzir a poluição devida a transportes de longa distância;
- garantir espaços de mercado para produtos locais de qualidade, artesanais, sazonais (Petrini, 2005).

O projeto é acompanhado, do ponto de vista técnico, pela Fundação Slow Food para a Biodiversidade⁴, que é responsável, no nível internacional, pela elaboração do regulamento (chamado Disciplinar), dos

⁴ A Fundação Slow Food para a Biodiversidade foi criada em 2003 com o apoio da Autoridade Regional da Toscana. Embora parte do Slow Food, ela possui autonomia estatutária, econômica e administrativa, financiando projetos como a Arca do Gosto, as Fortalezas e o projeto Mercados da Terra.

instrumentos de trabalho e comunicação e do apoio para implementar os Mercados. Este trabalho inicial concentra-se, em particular, na formulação de regulamentos (Disciplinares), os quais devem ser adaptados a cada contexto territorial e cultural, sem por isso perder os princípios fundamentais (Slow Food, 2008, 2011; <http://www.mercatidellaterra.it>, recuperado em março de 2013).

Os mercados e feiras aspirantes a se tornarem Mercados da Terra são visitados pela equipe técnica da Fundação e pelo responsável de área do Slow Food International. Após a visita, o mercado apresenta requerimento formal para ingressar na rede internacional dos Mercados da Terra. O pedido é acompanhado pelo parecer técnico da Fundação. A aprovação oficial determina o ingresso do mercado na rede (e permite o uso da logomarca Slow Food). Os produtos que podem ser vendidos nos mercados, assim como as formas de embalagem consentidas, também terão que respeitar um regulamento específico e detalhado, previsto pelo *Disciplinar dos produtos* (os documentos oficiais para criar ou para tornar um mercado já existente um Mercado da Terra estão disponíveis no site do Slow Food em italiano e no site Slow Food International em inglês, sendo eles: *Vademecum per l'apertura di Mercati della Terra, Disciplinare dei Mercati della Terra, Disciplinare dei prodotti dei Mercati della Terra/ Earth Market Guidelines, Earth Market Rules, Earth Market Product Rules*⁵).

O primeiro mercado a ser revitalizado segundo essa ideia, em 2006, foi o Missira, a antiga feira artesanal de Bamako, Mali, no qual produtores e vendedores nômades até épocas recentes vendiam peixe, manteiga e tecidos. O mercado estava em estado de total abandono. A Fundação Slow Food para a Biodiversidade colaborou (financeira e logisticamente) com a Associação Yeelen, promovida por Aminata Traoré, ex-ministra da Cultura do Mali, para restaurá-lo. Graças à Yeelen, os produtores locais se empenharam para renovar o mercado e deram espaço aos pequenos agricultores para vender seus produtos, dando vida a cooperativas de produtores e resgatando o saber tradicional, graça à capacitação de jovens agricultores (Andrews, 2008).

Atualmente fazem parte da rede dos Mercados da Terra 33 feiras, em cidades de 8 países do mundo:

Porto Rico - mercado agrícola natural de San Juan

Turquia - mercado de Foça

Líbano - mercado de Beirute e mercado de Trípoli

Bulgária - mercado de Tcherni Vit

Israel - *farmer's market* de Tel Aviv

Áustria - mercado agrícola de Parndorf

USA - mercado de Greenville (Upstate, South Carolina)

Itália - mercados das cidades de: Alba, Anagni, Anguillara Sabazia, Aquileia-Cervignano, Bolonha, Cairo Montenotte, Calamandrana, Ciampino, Colorno, Fiuggi, Grottaferrata, Mentana, Milão, Montecatini Terme, Padernello, Procchio-Ilha Elba, Reggio Emilia, Roma-EUR, San Giuliano Terme, San Miniato, Sarzana, Torino, Umbertide, Villalagarina.

Mencionando um dos exemplos narrados pelo site do projeto, o distrito de Hamra está localizado no coração de Beirute, cercado por concreto e vidro, centros comerciais e trânsito intenso. Mas é também o lar de um pequeno oásis: uma estrada longa menos de cem metros, onde os camponeses das áreas

A sede oficial da Fundação fica localizada na Accademia dei Georgofili, em Florença. Em geral, ela promove os projetos do movimento Slow Food em defesa da biodiversidade agrícola e tradições gastronômicas, principalmente em países em desenvolvimento (ciente de que, nesses contextos, muitas vezes, o que está em jogo, mais do que a melhora na qualidade de vida, é a própria sobrevivência das pessoas, comunidades e culturas).

Mais especificamente, ela promove um modelo sustentável de agricultura que respeita o meio ambiente, a identidade cultural e o bem-estar dos animais, dando suporte ao direito das comunidades locais de escolher o que produzir e consumir. Além dos Mercados da Terra, outros grandes projetos da fundação são o Arco do Gosto e as assim chamadas Fortalezas (Slow Food, 2008, 2011; Andrews, 2008; <http://www.fondazione Slow Food.it>, recuperado em março de 2013).

⁵ www.mercatidellaterra.it; http://www.mercatidellaterra.it/pagine/ita/pagina.lasso?-id_pg=7; <http://www.earthmarkets.net>; http://www.earthmarkets.net/pagine/eng/pagina.lasso?-id_pg=7, recuperados em janeiro de 2013.

circunvizinhas vendem seus produtos às terças-feiras. No mercado se encontra pão árabe, *kechek* (trigo fermentado, aromatizado com ervas e preservado no azeite de oliva), *sumac* (uma especiaria da cor vermelha escura e sabor cítrico), *mwaraka* (um doce fino, em forma de rolo e recheado com nozes, amêndoas e mel), o mel de cedro e ervas aromáticas.

Outrora considerada a Paris do Oriente Médio, em virtude da sua vitalidade cultural e atmosfera cosmopolita, Beirute foi devastada por uma guerra civil que durou 15 anos (de 1975 a 1990). Mais tarde viveu crises repetidas, culminando, em 2006, no conflito entre o Hezbollah e o exército israelense, o que mais prejudicou a economia e o tecido social. Hoje Beirute se recuperou, mas abraçou a modernidade com um desenvolvimento de difícil controle, seguindo o exemplo de Estados vizinhos e desamparando inteiros setores da sociedade libanesa. As ricas tradições culturais da cidade estão rapidamente deixando espaço para gostos mais padronizados e a um grande número de centros comerciais à moda ocidental⁶.

O Mercado da Terra de Beirute faz parte do programa ROSS (Reconstrução, Emprego, Serviços e Desenvolvimento) da Cooperação Italiana (Ministério das Relações Exteriores). Ele ocorre com frequência semanal, ao longo de todo o ano (a regularidade é uma condição para ser aceito na rede).

Como em todos os Mercados da Terra, o objetivo do Mercado de Beirute não é apenas criar um espaço onde vender e comprar produtos, mas também oferecer um lugar para encontrar-se, socializar e explorar as características que distinguem a identidade gastronômica do país.

Outro exemplo é o de Foça, uma pequena cidade turca de 60.000 habitantes, no Golfo de Izmir, ao norte de Bodrum, a cerca de 60 quilômetros da capital da região, Izmir.

O local é meta de turismo e Izmir é um importante porto para a exportação de produtos agrícolas locais. Grande parte do distrito de Foça está sob proteção ambiental, dado o extraordinário patrimônio natural que o caracteriza, como a considerável quantidade de ervas espontâneas e medicamentosas. Justamente devido ao desejo de divulgar essas plantas, o Convivium Foça Zeytindali começou a convidar as mulheres que as colhem para mostrá-las e vendê-las na cidade.

O Mercado da Terra de Foça foi inaugurado em Abril de 2011 pelo Convivium Slow Food Foça Zeytindali. É realizado durante o ano inteiro, todos os domingos, em Yerel Pazar (ou Praça do Mercado), em um espaço coberto no centro da vila, a poucos passos do mar.

Todos os produtores vêm de um raio de, no máximo, 40 km da cidade. No Mercado são vendidos vegetais, ervas, alfaces, pão, conservas, cogumelos, queijos, leite, iogurte, flores. A única barraquinha de comida de rua presente vende *gözleme*, uma massa feita de farinha, água e sal, aberta à mão, recheada de ervas e queijo, dobrada como um crepe e depois cozida no *saç*, uma panela convexa tradicional.

Conforme mencionado pelas fontes oficiais, é importante destacar que, com a ajuda de produtores mais experientes, o Mercado organiza atividades de capacitação para os produtores e intercâmbios de sementes nativas⁷.

Os Mercados da Terra podem, portanto, ser avaliados como lugares de troca *boa, limpa e justa*. Podem também ser avaliados quanto a sua capacidade de desempenhar a função histórica de *agorá*, isso é, praças públicas, espaços políticos e de socialização, aptos para a criação de capital social, a definição e circulação de bens relacionais, de valores éticos e cívicos compartilhados (Bauman, 1999; Castoriadis, 2005; Scitovsky, 1976, 1986; Illich, 1973; Becchetti, 2005, 2008, 2012).

Nesses contextos, caracterizados pelo respeito ao trabalho, às funções sociais e às diversas identidades locais, o encontro entre consumidores conscientes e produtores transformaria o consumidor em

⁶ <http://www.mercatidellaterra.it/ita/network/beirut>, recuperado em abril de 2013, tradução do italiano nossa.

⁷ <http://www.mercatidellaterra.it/ita/network/foça>, recuperado em abril de 2013; tradução do italiano nossa.

coprodutor, instituindo um momento de orientação triunívoca, entre produção, mercado e consumo, devolvendo centralidade ao produtor e favorecendo atos responsáveis de consumo crítico não passivo (Petrini, 2005).

Tudo isso evoca e exemplifica claramente alguns conceitos fundamentais de autores considerados, por assim dizer, “visionários” da sociedade alternativa: a *convivialidade* de Ivan Illich (1973), o valor do *imaterial* e a *omeotecnica* de André Gorz (2003), a noção de *small*, ou pequenez (tecnológica, econômica, etc.), de Ernst Friedrich Schumacher (1973), a visão filosófica sobre a natureza do ser humano, do prazer e da satisfação das necessidades proposta por Wendell Berry (1990) e o valor do saber e da produção artesanal, em oposição aos modos industriais, segundo William Morris (1877).

Como sugerido por William Berry, ecoados inúmeras vezes por Petrini, comer é um ato agrícola e, portanto, um ato político:

Comer é um ato agrícola [...]. Entretanto, a maioria das pessoas que comem deixou de perceber essa verdade. Talvez pensem no alimento como produto agrícola. Porém não pensam em si mesmos como participantes de um processo agrícola. Pensam em si como consumidores. E quando se detêm para refletir, admitem ser consumidores passivos. [...]

O “comedor industrial” é, na verdade, alguém que não está consciente do fato que comer é um ato agrícola, que não conhece mais ou não imagina o vínculo entre o comer e a terra e que, por isso, é necessariamente passivo e acrítico. [...]

Quem come tem que entender que o ato de comer inevitavelmente é algo que acontece no mundo [...] e que nosso jeito de nos alimentar determina, em grande medida, o uso que fazemos do mundo.

(Berry, 1990, pp. 145-149, In: Andrews, 2010, p. 116, tradução nossa)

3.1 As contribuições dos Mercados da Terra

Uma série de importantes elementos e dinâmicas virtuosas contribui para a viabilidade econômica, social e ambiental dos Mercados da Terra, de suas implicações e influências para produtores, consumidores e contexto de vida urbano (cidade e cidadãos):

1. A importância de proporcionar espaços de mercado – urbanos e livres de intermediários – para produtos locais, artesanais, sazonais, produzidos segundo critérios ecologicamente atentos e por unidades produtivas locais de pequena escala.
2. O valor do estímulo/necessidade e consequências benéficas de os produtores se organizarem em formas associativas aptas à autogestão das feiras.
3. O valor do estímulo à criação de microeconomias, orientadas a integrações identitária, cultural, econômica, paisagística e ecológica de formas de produção não industriais e potencialmente aptas a estabelecer um vínculo entre meio rural e meio urbano, através do alimento.
4. A importância e consequências de proporcionar um lugar de encontro, troca, diálogo e orientação entre produtor e consumidor.
5. A importância sociopolítica, cultural e cívica da existência de praças, ou seja, locais de encontro e discussão entre instâncias múltiplas.

6. O envolvimento e papel das autoridades públicas na realização dos Mercados (disponibilizar espaços e estruturas, proporcionar serviço de limpeza, etc.).
7. O valor educativo e informativo, no que diz respeito ao cidadão consumidor, proporcionado pela presença e consolidação dos Mercados e da cultura do consumo responsável e crítico.
8. A contribuição dos Mercados para a redefinição dos conceitos de bem-estar, necessidade, abundância, satisfação e riqueza, incluindo os valores não monetários e economicamente “invisibilizados” (cívicos, solidários, ecologicamente conscientes, etc.).
9. O papel desenvolvido por esse tipo de mercados na criação, valorização e ativação do capital social, de bens relacionais, de dinâmicas convivenciais, de participação cívica.

4. CONCLUSÕES

No âmbito do hodierno debate sobre os percursos explorados por práticas cotidianas ecológica, econômica e socialmente valiosas, a experiência aqui apresentada proporciona estímulos de reflexão inerentes, a serem considerados e ampliados.

Devido ao conteúdo de seus princípios inspiradores, à difusão mundial, ao empenho político, à abrangência, atualidade e relevância de temas e projetos, o movimento Slow Food constitui um fenômeno contemporâneo interessante e um interessante objeto de estudo. Isso vale principalmente no que diz respeito à história da sua difusão e à capacidade de interceptar e dar respostas às inquietudes do mundo atual e à demanda, expressa por algumas faixas sociais, por práticas críticas e alternativas de produção e consumo.

O projeto dos Mercados da Terra e, em geral, a difusão de modelos análogos para a comercialização de bens alimentares, está plenamente inserido no atual debate sobre a necessidade de conversão em sentido local e de menor escala das formas usuais de produção, distribuição e consumo, hoje prevalentemente dominadas pelo gigantismo das estruturas próprias da economia de mercado globalizada. Os lotes urbanos não edificadas, assim como os espaços tradicionais da sociabilidade, e as terras periurbanas podem ser valorizados por projetos de integração entre cidade e campo.

As prefeituras dispõem de instrumentos (alguns dos quais a custo zero) para promover a reconversão dessa relação: hortas urbanas, *farmer's markets*, GAS, abastecimento de cantinas escolásticas e de instituições públicas por meio de compras *green*, *ecolabelling* para a produção e os mercados de produtos agrícolas, etc. Tais iniciativas contribuiriam para mudar a face da agricultura periurbana e para reorientar o consumo alimentar urbano através de cadeias curtas.

A experiência econômica, cívica e cultural dos Mercados da Terra tem peso e valor educativos, simbólicos e socioidentitários, isto é, contribui na difusão de fórmulas alternativas viáveis e de valores imateriais: além da funcionalidade estritamente material, gera sensibilidade e cultura em direção ao repensamento das formas de produção, comércio e consumo hoje prevalentes.

Em contextos ocidentais abastados, a sustentabilidade, a ser alcançada por meios de processos de conversão, consta também de processos de re-territorialização, ou seja, de reaproximação física e organizativa (redução das cadeias de intermediação) entre produção e consumo. Para esse escopo, é central o papel do empenho, dos saberes e, em especial, das relações diretas dos cidadãos ativos, suas associações, empresas, dos governos e das administrações locais. Isto é: a totalidade das redes de democracia participativa.

5. BIBLIOGRAFIA

- ANDREWS, G. (2008). *The Slow Food Story. Politics and Pleasure*. London: Pluto Press.
- ANDREWS, G. (2010). *Slow Food. Una storia tra politica e piacere* (Trad.). Bologna: il Mulino (obra original publicada em 2008).
- APPADURAI, A. (1996). *Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- AUGÉ, M. (1992). *Non-lieux*. Paris : Seuil.
- BANFIELD, E.G. (1958). *The Moral Basis of a Backward Society*. Glencoe, Ill.: The Free Press.
- BANFIELD, E.G. (2006). *Le basi morali di una società arretrata* (Trd.). Bologna: il Mulino (obra original publicada em 1958).
- BAUMAN, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.
- BAUMAN, Z. (1999). *In search of politics*. Cambridge: Polity Press.
- BECCHETTI, L. (2005). *Felicità sostenibile. Economia della responsabilità sociale*. Roma: Donzelli.
- BECCHETTI, L. (2008). *Il voto nel portafoglio*. Trento: Il Margine.
- BECCHETTI, L. (2012). *Il mercato siamo noi*. Milano-Torino: Mondadori.
- BECK, U. (2007). *Weltrisikogesellschaft. Auf der Suche nach der verlorenen Sicherheit*. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.
- BECK, U. (2011). *Conditio Humana. Il rischio nell'età globale* (Trd.). Bari: Laterza (obra original publicada em 2007).
- BERRY, W. (1990). The Pleasure of Eating. In: *What Are People for?*. New York: North Point Press (pp.145-152).
- CASTORIADIS, C. (2005). *Une société à la derive. Entretiens et débats 1974-1997*. Paris: Seuil.
- CLEMENT, G. (2006). *Une écologie humaniste*. Paris: Aubanel.
- CLEMENT, G. (2004). *La sagesse du jardinier*. Paris: L'œil neuf.
- COLEMAN, J.S. (1990). *Foundations of social Theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- CRUCES, F. (2003). Etnografías sin final feliz. Sobre las condiciones de posibilidad del trabajo de campo urbano en contextos globalizados. *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, LVIII, 2, Madrid (pp.161-178).
- DOUGLAS, M. (1970). *Natural Symbols*. London: Routledge & Kegan Paul.
- DOUGLAS, M. (1991). *Questioni di gusto*. Bologna: il Mulino.
- DOUGLAS, M. (1992). *Risk and Blame*. London and New York: Routledge.
- DOUGLAS, M. (1994). *Credere e pensare*. Bologna: il Mulino.
- DOUGLAS, M. & ISHERWOOD, B. (1979). *The World of Goods: towards an Anthropology of Consumption*. New York: Norton.
- DOUGLAS, M. & WILDAVSKY, A. (1982). *Risk and Culture*. Berkley: California University Press.
- FRANCHI, M. (2009). *Il cibo flessibile*. Roma: Carocci.
- FUKUYAMA, F. (1996). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Simon & Schuster.
- GEERTZ, C. (1973). *The Interpretations of Cultures. Selected Essays*. New York: Basic Books.
- GIDDENS, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- GIDDENS, A. (1994). *Beyond Left and Right. The future of Radical Politics*. Cambridge: Polity Press.
- GORZ, A. (2003). *L'immatériel. Connaissance, valeur et capital*. Paris: Éditions Galilée.
- GRIMALDI, P. (2012). *Cibo e rito. Il gesto e la parola nell'alimentazione tradizionale*. Palermo: Sellerio.
- HANNERZ, U. (1980). *Exploring the City. Inquiries towards an urban anthropology*. New York: Columbia University Press.
- HERZFELD, M. (1997). *Cultural Intimacy. Social Poetics in the Nation-State*. New York: Routledge.

- ILLICH, I. (1973). *Tools for Conviviality*. New York: Harper & Row.
- KLEIN, N. (1999). *No Logo. Taking Aim at the Brand Bullies*. Toronto: Knopf Canada, Picador.
- LATOUCHE, S. (1997). *L'autre Afrique. Entre don et marché*. Paris: Albin Michel.
- LATOUCHE, S. (2006). *Le pari de la décroissance*. Paris: Fayard.
- MASSEY, D. (2007). *World City*. Cambridge: Polity Press.
- MAUSS, M. (1950). *Essai sur le don*. Paris: Presses Universitaires de France.
- MONTANARI, M. (1993). *La fame e l'abbondanza. Storia dell'alimentazione in Europa*. Bari: Laterza.
- MONTANARI, M. (2004). *Il cibo come cultura*. Bari: Laterza.
- MORRIS, W. (1877). *The Decorative Arts* (conferência pública de 12 de abril de 1877), In: *The Selected Writings of William Morris*. London: Lawrence & Wishart, 1979.
- OSTROM, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge University Press.
- OSTROM, E., GARDNER, R. & WALKER J. (Eds., 1994). *Rules, Games, and Common Pool Resources*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- OSTROM, E. & HESS, C. (Eds., 2006). *Understanding Knowledge as a Commons: From Theory to Practice*. Massachusetts: The MIT Press, Cambridge.
- PERNA, T. (1998). *Fair Trade. La sfida al mercato mondiale*. Torino: Bollati Boringhieri
- PETRINI, C. (2005). *Buono, pulito e giusto. Principi di nuova gastronomia*. Torino: Einaudi .
- PETRINI, C. (2009). *Slow Food: princípios de nova gastronomia* (Trd.). São Paulo: Editora Senac (obra original publicada em 2005).
- PETRINI, C. & PADOVANI, G. (2005). *Slow Food Revolution*. Milano: Rizzoli
- POLANYI, K. (1944). *The Great Transformation*. Boston: Beacon Press.
- POLLAN, M. (2006). *The Omnivore's Dilemma. A Natural History of four Meals*. USA: Penguin Press.
- POLLAN, M. (2008). *In Defense of Food. An Eater's Manifesto*. USA: Penguin Press
- PUTNAM, R.D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton. NJ: Princeton University Press.
- PUTNAM, R.D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- SASSATELLI, R. (2004). The Political Morality of Food. In: Harvey, M. & Warde, A. *Quality of Food*. Manchester: Manchester University Press.
- SASSATELLI, R. (2007). Critical Consumerism: Virtue, Responsibility, and Consumer Choice. In: Brewer, J. & Trentmann, F. (Eds.) *Consuming Cultures*. Oxford: Berg, (pp. 219-250).
- SCHUMACHER, E.F. (1973). *Small is beautiful. Economics As If People Mattered*. London: Blond & Briggs.
- SCITOVSKY, T. (1976). *The Joyless Economy. An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction*. New York: Oxford University Press.
- SCITOVSKY, T. (1986). *Human Desire and Economic Satisfaction: Essays on the frontiers of economics*. New York: New York University Press.
- SINGER, P. & MASON, J. (2006). *The Way We Eat. Why our Food Choices Matter*. New York: Rodale Press.
- SLOW FOOD (2008). *Bem-vindos ao nosso mundo. O manual*. Bra (Cn): Slow Food.
- SLOW FOOD, Fondazione Slow Food per la Biodiversità ONLUS, (2011). *Bilancio sociale 2011*. Bra (Cn), Firenze.
- SOBRERO A. M. (1992). *Antropologia della città*. Roma: Carocci.
- VANDANA SHIVA (1993). *Monocultures of the Mind: Biodiversity, Biotechnology and Agriculture*. New Delhi: Zed Press.

- VANDANA SHIVA (2000). *Stolen Harvest. The Hijacking of the Global Food Supply*. Cambridge: South End Press.
- VIGLIETTI, C. (2011). *Il limite del bisogno. Antropologia economica di Roma arcaica*. Bologna: Il Mulino.