

EXPERIÊNCIAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA E CONSUMO RESPONSÁVEL EM MERCADOS AGROECOLÓGICOS NO MÉXICO: APRENDIZAGENS E DESAFIOS

Experiences of solidarity economy and responsible consumption in agroecological markets in Mexico: learning and challenges

RESUMO

Diante do modelo agroindustrial e econômico dominante que teve efeitos adversos nos sistemas alimentares locais em todo o mundo, várias experiências organizacionais foram formadas no âmbito da economia social e do comércio justo. Desde o final da década de 90, no México começa o surgimento de mercados locais cujo objetivo é promover formas de produção ecológica e alimentação saudável e que, por sua vez, promovam o consumo responsável com o ambiente natural e social a nível territorial. Neste artigo, refletimos sobre cinco experiências de mercados agroecológicos no México. Nós expomos sob a abordagem de economia solidária e consumo responsável, processos de intermediação, certificação participativa, destacando seus processos de aprendizagem e seus desafios. O objetivo é analisar e tornar visíveis algumas das características, desafios e virtudes que essas experiências oferecem em torno da oferta de alimentos saudáveis, a consolidação de canais de marketing, a recuperação de espaços físicos e simbólicos para a troca de produtos, diálogos, estratégias e vínculos, entre outros. Para isso, recuperam-se as contribuições da economia solidária que coloca o trabalho e o ser humano no centro, para ter um impacto positivo na qualidade de vida dos seus participantes, e assim reconfigurar as relações sociais e econômicas que estão implantado entre os diferentes atores.

Rocío García Bustamante
Universidad Iberoamericana
rogabus@gmail.com

Héctor Nicolás Roldán Rueda
Desarrollo y Aprendizaje Solidario A.C.
nicoroldan19@gmail.com

Mateo Mier y Terán Giménez Cacho
Catedrático CONACYT-ECOSUR
mmierysterangi@conacyt.mx

Laura Gómez Tovar
Universidad Autónoma Chapingo
gomezlaura@yahoo.com

Recebido em: 21/02/2020. Aprovado em: 12/10/2020.
Avaliado pelo sistema *double blind review*
Avaliador científico: Paulo Henrique Montagnana Vicente Leme
DOI: 10.48142/2220201575

ABSTRACT

Given the dominant agribusiness and economic model that has had adverse effects within local food systems around the world, various organizational experiences have been formed within the framework of social economy and fair trade. Since the end of the decade of the 90's, in Mexico the emergence of local markets begins whose objective is to promote forms of organic production and healthy food and which, in turn, promote responsible consumption with the natural and social environment at the territorial level. In this work we reflect the different experiences of agroecological markets in central Mexico such as: Tianguis Organic Chapingo, Tianguis Alternativo of Puebla, Mercado Maculli Teotzin, Tianguis del Mayab, and Tianguis Agroecológico of José María Morelos. We expose under the focus of solidarity economy and responsible consumption, intermediation processes, participatory certification, as well as the challenges of these markets. The objective of this paper is to analyze and make visible some of the characteristics, challenges and virtues offered by these experiences around the supply of healthy foods, the consolidation of marketing channels, the recovery of physical and symbolic spaces for the exchange of products, dialogues, strategies and links, among others. For this, the contributions of the solidarity economy that puts work and the human being at the center of the discussion, are recovered, to have a positive impact on the quality of life of its participants, and thus reconfigure the social and economic relations that are showed among the different actors.

Palavras-chave: Comércio justo; Mercados alternativos; Intercâmbio.

Keywords: Fair trade; Alternative markets; Exchanges.

1 INTRODUÇÃO

Estima-se que no México existem atualmente mais de 100 iniciativas de mercado que se autodenominam orgânicas, naturais, agroecológicas, solidárias ou alternativas, já que se movem em paralelo com os mercados convencionais que fazem parte dos processos e da lógica agroindustrial. Esses espaços apresentam crescimento desde 2003. Esses mercados locais estão sendo criados por uma diversidade de atores sociais, entre os quais se destaca a participação de acadêmicos, camponeses, jovens, profissionais liberais e agricultores, com o intuito de criar alternativas de produção e consumo local de alimentos (GARCÍA-BUSTAMANTE, 2015), e em menor medida nos processos de intermediação, entendida como vínculo solidário / respeitoso / justo entre produtores e consumidores (ROLDÁN-RUEDA; GRACIA; MIER Y TERÁN, 2018). Esses atores buscam a troca de alimentos com base na solidariedade e na participação cidadã. São espaços promovidos pela sociedade civil, que buscam se tornar alternativas ao sistema agroalimentar hegemônico (GARCÍA-BUSTAMANTE; RAPPO; TEMPLE, 2016), construir comunidades e promover processos de produção ecológica.

A importância desses diversos espaços de comercialização está na visibilidade de múltiplas ações cidadãs ou sociais coletivas empreendidas para produzir agroecologicamente, gerar renda por meio do trabalho autogestionário e acessar alimentos livres de substâncias tóxicas para o corpo e o meio ambiente. São lugares localizados principalmente nos contextos urbanos, conseguindo dessa maneira construir pontes entre o rural, urbano e suburbano. Nestes mercados são implantadas:

“Estratégias que resultam de questões territoriais históricas, climáticas, geográficas e culturais, que se expressam na oferta de produtos, uns esquecidos e relegados pela homogeneização do consumo moderno, outros presentes e localizados nas mentes dos consumidores, outros mais, retomados com novos processos de transformação e apresentação final; mas tudo com o intuito de estar presentes nos processos de produção, distribuição e comercialização de alimentos, em canais e formas que tenham importantes raízes históricas e culturais, com novas formas de encontro e vinculação que tentam se desdobrar em meio a um turbilhão de mercados frios modernos”(GARCÍA-BUSTAMANTE, 2015, p. 269).

Assim, os tianguis (vem do Nahuatl *tianquiztli*, que significa mercado) tornam-se processos de experimentação de trabalho coletivo e participativo que se manifesta de

diferentes formas e através de várias estratégias, sendo a transformação dos processos de intermediação e certificação participativa (CP) uma das principais. Nesses mercados, os processos de troca são socializados e politizados, com foco na agroecologia, economia social e solidária (ESS) e soberania alimentar. ESS entendida como aquela que reconstrói as relações econômicas diante da lógica do capital e busca construir relações de produção, distribuição, consumo e financiamento baseadas na cooperação, reciprocidade e ajuda mútua (PÉREZ; ETXEZARRETA; GURIDI, 2008). A agroecologia como

“Uma forma de ser, de compreender o mundo, de habitá-lo, de senti-lo. É uma forma de relação social diferente do capitalismo, que favorece a recuperação e troca de saberes locais, a criação comum de novos conhecimentos no mesmo local onde ocorrem os problemas e a transformação do ecossistema de acordo com as condições de regeneração da vida” (DA SILVA, 2014 apud GIRALDO; ROSSET, 2016, p.30).

É por causa desses elementos teóricos que colocamos esses mercados como agroecológicos que apresentam processos de economia social.

Este artigo analisa as contribuições que esses *tianguis* e mercados alternativos têm e os desafios que enfrentam em relação a: ser camponeses, a organização que esses mercados exigem, produção, acesso aos cultivos agroecológicos e comunicação para vincular mais sujeitos. Com esses mercados, também se traçam estratégias para podermos cuidar do que temos, fortalecer nossos processos e estar mais bem articulados entre aqueles que participam dessas manifestações da economia social e solidária.

Da mesma forma, é importante investigar o potencial dos mercados alternativos, dada a necessidade urgente de transformar os sistemas agroalimentares que, em grande medida, definem nossas vidas (seu passado, presente e futuro). Esses tipos de experiências refletem o dinamismo presente nos processos de construção de novas lógicas de mercado em que se inscrevem, representando outras formas de troca (não apenas mercadorias).

Especificamente, são apresentadas cinco experiências localizadas em diferentes contextos e com processos diferenciados, a saber, o Tianguis Orgânico de Chapingo (TOCh) formalizado em 2003 no Estado do México; o Tianguis Alternativo de Puebla (TAP) localizado na cidade de Puebla; o Mercado Maculli Teotzin, localizado no estado de San Luis Potosí, o Tianguis del Mayab, com sede em Cancún e, finalmente, o Tianguis Agroecológico

de José María Morelos, localizado no estado de Quintana Roo. No conjunto, as experiências que se apresentam nos falam da diversidade existente, cada uma com uma história para contar e aprendizados de grande importância para os processos de transformação dos sistemas agroalimentares que vivemos e reproduzimos, e representam a construção de sistemas e relações de troca de comércio justo.

É importante referir-se a essas experiências em termos de suas características, suas estratégias de fortalecimento dos processos agroecológicos, bem como seu alcance na construção de outras direções visíveis da ESS; bem como sua utilidade nos processos de conscientização do consumidor. Essas iniciativas nos levam a repensar e reavaliar a sustentação das relações de mercado e canais de comercialização e troca ESS, consumo responsável e agroecologia, redirecionando nosso olhar para o que dá valor além do monetário, por isso nos perguntamos como geramos valores de troca nesses espaços de interação? Como é que as relações de reciprocidade e solidariedade estão sendo reformuladas e reproduzidas como base dos processos de transformação? E como é que essas iniciativas estão fortalecendo a escala da agroecologia e realizando a soberania alimentar?

Este artigo está dividido em seis seções: em primeiro lugar, é apresentado o contexto geral no qual os *tianguis* e as iniciativas de comercialização de alimentos alternativos estão sendo formados. Segue-se um esclarecimento sobre a diferenciação desses mercados e os componentes sociais que os diferenciam. Para continuar com a breve exposição das cinco experiências já mencionadas. A partir disso, em uma próxima seção, são enfatizados e discutidos os principais elementos que caracterizam esses processos produtivos, intermediação sob o enfoque de ESS, consumo responsável e agroecologia, certificação participativa, para terminar com a identificação dos desafios desses mercados e as conclusões.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Existe consenso, desde a leitura de ativação dessas iniciativas, que persiste um sistema agroalimentar hegemônico que está contribuindo grandemente para exacerbar ou causar as crises econômicas, ambientais e de saúde que vivemos de maneira planetária e de forma desigual por parte de todos os habitantes.

Os sistemas agroalimentares (MCMICHAEL, 2009; GLIESSMANN, 2013) no México são altamente dependentes dos mercados internacionais, particularmente dos Estados Unidos (GARCÍA-BUSTAMANTE;

GRACIA, 2019). Atualmente o México importa 30% do milho que consome, 57% do trigo e 82% do arroz (SIAP, 2017) ou seja, a soberania alimentar do país - entendida como a possibilidade de garantir o abastecimento alimentar sem recorrer à importação - está em risco. Essa situação de dependência do mercado internacional de alimentos permite identificar os efeitos da política alimentar instituída há várias décadas, caracterizada por favorecer a agroindústria convencional em larga escala e os sistemas de produção dependentes de combustíveis fósseis, devido ao uso de fertilizantes, defensivos agrícolas, fungicidas, entre outros insumos de síntese química, cujas consequências se refletem na desertificação, poluição do ar, fontes de água e agravos à saúde - tanto para produtores quanto para consumidores. No México, esse tipo de agricultura é responsável por 12% dos gases de efeito estufa que contribuem para as mudanças climáticas, segundo dados do SEMARNAT (2016).

Ao mesmo tempo, o aumento dos sistemas de produção agroindustrial e da ocupação do solo favorecem as monoculturas extensivas, colocando em risco a diversidade biológica em diferentes regiões, o que é evidenciado pelos dados da FAO (2010), que estima que no último século, 75% da diversidade agrícola do planeta foi perdida. Apesar desse panorama, mundialmente “Os camponeses são os principais - e em alguns casos os únicos - fornecedores de alimentos para mais de 70% da população mundial, e os produzem com menos de 25% dos recursos” (ETC GROUP, 2017, p. 6). Especificamente no México, representa 66,43% das propriedades agrícolas (CEPAL; FAO; IICA, 2014).

Os sistemas agroalimentares industriais não se localizam apenas na fase de produção, mas também cada vez mais se aventuram na distribuição e comercialização de alimentos. Atualmente, no México, 50% das vendas de alimentos acontecem em supermercados, em contextos urbanos, quando há 30 anos era de apenas 20% (TORRES, 2011). Esse fenômeno tem gerado que famílias inteiras de pequenos e médios produtores e intermediários sejam excluídas dos canais de comercialização, obrigando-os a vender a produção a grandes intermediários e reduzindo sua possibilidade de negociação. Por outro lado, de acordo com o ETC Group (2017), “em escala global, mais de 80% dos pequenos produtores atuam nos mercados locais e nacionais de alimentos”; ou seja, muitos dos alimentos consumidos em áreas não rurais circulam por circuitos curtos locais e / ou regionais, evidenciando um dos desafios mais importantes para os contextos urbanos na área da distribuição e comercialização de alimentos.

Quanto à etapa de produção, no México 80% dos produtores com processos agroecológicos são “pequenos produtores”, ou seja, possuem menos de dois hectares; destes, mais de 80% são produtores indígenas (GÓMEZ; GÓMEZ, 2017, p. 34). Se considerarmos que a produção agroecológica resulta dos processos tradicionais de produção, surge uma importante oportunidade para gerar, recuperar e reivindicar práticas e conhecimentos tradicionais em torno da produção de alimentos pelos pequenos agricultores.

No entanto, um dos principais obstáculos para os pequenos e médios produtores está na vinculação com os mercados para comercializar seus excedentes. É aqui que a promoção de mercados e canais alternativos de comercialização se torna importante como ponte e promoção entre as diferentes etapas do processo produtivo, e de forma particular entre a produção agroecológica e os consumidores urbanos, constituindo assim uma das principais estratégias de concretização para conseguir dimensionamento da agroecologia (MIER Y TERÁN *et al.*, 2018; ROSSET; ALTIERI, 2019).

Nesse sentido, é fundamental explorar formas mais justas de troca que deem visibilidade aos pequenos produtores, que sensibilizem os consumidores e que desmembrem as relações de troca por meio dos processos de ESS, para construir cenários mais amplos para os agricultores, consumidores, agroecologia, alimentos e em geral sistemas alimentares locais.

2.1 Mercados agroecológicos, alternativas ao mercado convencional

Os mercados agroecológicos são locais de troca material e simbólica onde se encontram diferentes atores sociais que se interessam pelos processos agroecológicos em diferentes graus e com diferentes denominações, pois alguns podem se autodefinir como orgânicos, sustentáveis, ecológicos, verdes, etc. São considerados como alternativos, uma vez que se movem em lógicas diferentes das do lucro e da mercantilização capitalista, e destacam elementos simbólicos e políticos ecológica e socialmente responsáveis. A alternativa refere-se à intenção de promover outras formas de mercado que respondam a problemas como a exclusão e marginalização do campesinato, a possibilidade de escoamento do excedente colhido, a necessidade de produzir sem arriscar a nossa saúde e a da terra, e a importância de criar espaços de convivência social e solidária que redefinam as transações moeda-mercadoria, entre outros desafios. É a partir do momento da busca de uma alternativa que essas iniciativas fazem parte dos

processos de transformação dos sistemas agroalimentares, que estão em processo de homogeneização diante da imposição de um sistema hegemônico (MCMICHAEL, 2009; PLOEG, 2010; PATEL, 2007), e diante o qual, múltiplos movimentos, estão propondo a soberania alimentar, a agroecologia e a ESS como novas referências e práticas para mudar o rumo preponderante.

Outro aspecto de diferenciação é a definição de mercado, que inclui gerar relações que vão além da instrumentalidade ou a mercantilização da vida e reconhecer o mercado como espaços sistêmicos de articulações sócio-políticas em que nossas relações são definidas com a natureza e nossas relações econômicas. Assim, os mercados são concebidos em sua complexidade e em sua lógica social, como espaços de reprodução da vida e, portanto, da comunidade ou sociedade em que vivemos (GRANOVETTER, 1985; 1992). Nessas experiências existe a sociabilidade como moeda de troca, que não tem valor atribuído na lógica da reprodução do capital, ou do dinheiro, mas é o que dá sentido, ou valor social compartilhado, à produção, ao processamento, à comercialização, à alimentação, à intermediação, à organização; que se recriam nesses espaços de troca, alimentação, conhecimento e sabores, como uma economia social e solidária.

Também, a concepção dos mercados como espaços de articulação do potencial transformador que implica ver o mercado em sua função sistêmica, por ser espaços de relações sociais, culturais, econômicas, políticas e ecológicas. Especificamente, deve-se reconhecer que os espaços de comércio e troca de alimentos estão relacionados entre si, e que os mercados como espaços físicos e como meios de troca são diversos e estão presentes desde o cultivo à mesa, em nossas vidas. e de volta à terra. Estes tipos de espaços não se limitam a um mercado, ou a um canal de comercialização, ou à venda de alguma mercadoria, são espaços de encontro para múltiplos projetos e visões, tanto individuais como coletivas (GARCÍA-BUSTAMANTE, 2015). Portanto, para compreender o dinamismo desses mercados, que desafiam o sistema hegemônico, é preciso considerar a diversidade dos atores envolvidos, as vidas que se tecem, os territórios em que estão enraizados, a multiplicidade de interações e modalidades de trocas e concebê-los como processos que mudam na busca por alternativas. Assim, seu potencial transformador pode ser reconhecido em sua existência mais ampla, de articulação socioeconômica, de construção de comunidades e territórios e de reprodução cotidiana de seres, vidas e pensamentos. Como alguns exemplos, apresentamos as seguintes experiências.

3 METODOLOGIA

Este trabalho é o resultado de diferentes projetos de pesquisa desenvolvidos pelo Colégio de la Frontera Sur (ECOSUR), a Universidade Autónoma de Chapingo (UACH), a Universidade Ibero-americana Puebla e a Benemérita Universidade Autónoma de Puebla (BUAP). Esses projetos foram realizados no período de 2011 a 2020. Inicialmente, os mercados, também conhecidos como *tianguis*, localizados nos estados de Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí e Estado de México, que estão localizados no centro e sul do México, foram selecionados e identificados aleatoriamente. Em uma segunda etapa, foram realizadas visitas aos mercados, por meio de observação participante e entrevistas, que permitiram a identificação de atores-chave como: produtores, gestores de mercado e consumidores; que foram entrevistados em profundidade a fim de indagar sobre as características dos mercados, desafios e virtudes como experiências para a troca de alimentos saudáveis, a consolidação dos canais de comercialização, a recuperação de espaços físicos e simbólicos para a troca de produtos, diálogos, estratégias e seus vínculos. Posteriormente, foi realizada a sistematização das informações e discussões nas diferentes universidades. Por fim, esses resultados e experiências foram apresentados e discutidos em diferentes momentos, sendo um dos principais o primeiro congresso mexicano de agroecologia. Esta reflexão coletiva permitiu identificar os pontos de coincidência entre as diferentes experiências em termos de avanços, experiências, desafios e o papel do processo de intermediação nos mercados, tendo como referencial a economia solidária e o consumo responsável.

4 EXPERIÊNCIAS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA E CONSUMO RESPONSÁVEL NO MÉXICO

4.1 Tianguis Orgânico de Chapingo

O Tianguis Orgânico de Chapingo foi fundado em 15 de novembro de 2003 com a visão de ser um promotor da agricultura orgânica local na Região Oriente do estado do México, para oferecer alimentos saudáveis aos consumidores e fornecer alternativas aos agricultores para comercialização em um esquema de mercado alternativo e diferenciado; com a missão de estabelecer um espaço de vínculo com a Universidade Autónoma Chapingo. O Tianguis Orgânico de Chapingo (TOCh) é formado por 29 famílias de produtores e faz parte da Rede Mexicana de Tianguis e Mercados Orgânicos (REDAC).

Os *tianguis* expressam processos (individuais que se deslocam para o coletivo) que buscam a construção do poder social, por meio de projetos compartilhados: “A construção do poder social começa na família, na construção de um lar autossuficiente, seguro e saudável, que compartilha a mesma micropolítica doméstica com muitos outros” (TOLEDO, 2014 apud GARCÍA-BUSTAMANTE, 2015, p. 181).

Dentro do TOCh é facilitada a geração de circuitos curtos comerciais, uma das modalidades da economia ecológica; importantes esforços têm sido feitos para a diversificação da produção para oferecer a cesta básica com alimentos saudáveis, limpos, tradicionais e saborosos, onde são promovidas a economia solidária, cultura, convivência saudável, oficinas de aprendizagem, com a participação de várias gerações de produtores (filhos, netos e avós). É um espaço onde os produtores encontram seu sustento básico para sua segurança e soberania alimentar, gerando recursos econômicos para sua manutenção a partir da utilização de seus conhecimentos tradicionais e novas técnicas agroecológicas.

Os produtores do TOCh relatam maior qualidade de vida desde a sua incorporação ao mercado, entretanto os consumidores diferenciam claramente que ir ao *tianguis* é mais do que uma experiência de compra, pois conseguiram estabelecer relações de confiança com os produtores, e amizade e compreendem os desafios que o camponês enfrenta para a sua produção. É uma experiência exitosa de economia solidária que valoriza quem, como e porque se produz de forma agroecológica.

Entre os sucessos desta iniciativa é que a cada semana e, desde 2017, são oferecidas (duas vezes na semana), além de alimentos, oficinas gratuitas sobre temas relacionados à saúde, cozinha, formas agroecológicas de produção; além de atividades culturais e musicais, exposições gastronômicas. Os terrenos dos participantes são pequenos e biodiversos com uso múltiplo de técnicas agroecológicas, incluindo a compostagem, práticas de conservação de solo, uso de sementes nativas, separação clara das parcelas convencionais e ao mesmo tempo, conta um sistema de Certificação participativa coletiva que envolve produtores, consumidores e pesquisadores da UACH que dão certeza de que o que é oferecido são produtos orgânicos (sendo um modelo contrário ao produtor-certificador-exportador). Nesse espaço, mais de mil alimentos são oferecidos semanalmente; sendo uma das primeiras iniciativas no país a levar alimentos agroecológicos diretamente ao consumidor. O TOCh faz parte das primeiras experiências que deram origem à Rede Mexicana

de Tianguis e Mercados Orgânicos que tem promovido o desenvolvimento de dezenas de iniciativas de tianguis no mercado mexicano orgânico e alternativo.

Entre os desafios que temos está a necessidade de suprir a crescente demanda por produtos das mais de 500 famílias que visitam o mercado por semana; diferenciarse dos *tianguis* alternativos vizinhos; e alcançar a plena capacitação dos produtores em seus processos. O Tianguis Orgânico Chapingo conecta a produção de pequenos e médios produtores agroecológicos com consumidores reflexivos, na busca de ações coletivas de resistência cidadã, valores pós-materiais, uma maior qualidade de vida para todos, com a visão de construir comunidades “desde baixo” que tendem para uma boa vida.

4.2 O Tianguis Alternativo de Puebla. Puebla

O Tianguis Alternativo de Puebla (TAP), surgiu da iniciativa de vários jovens que finalizaram seu curso na Universidade Ibero-americana e na Universidade de las Américas, ambas em Puebla. O início dos tianguis, em 2006, foi inspirado nos resultados de uma dissertação de mestrado¹ em que foram identificados os produtores orgânicos do Estado. Posteriormente, a partir de vários diálogos e encontros foi conformado o coletivo “Tlajke Nawake” (próximos e juntos na língua náhuatl) com o qual foram dados passos para criar o TAP. A sua criação e consolidação foi significativa para a participação e troca de experiências com outros processos semelhantes reunidos na Rede Mexicana de Tianguis e Mercados Orgânicos (REDAC).

Em novembro de 2006, com o objetivo de convidá-los a participar de um espaço alternativo de comercialização na cidade, foi organizado um fórum de produtores com o apoio da Universidade Ibero-americana Puebla e da REDAC. Este espaço permitiu que os produtores se conhecessem, compartilhassem seus problemas, interesses, motivações e conhecessem a proposta para criar elos de ação. A partir daí, começaram a se vincular algumas organizações locais interessadas em participar da formação de um tianguis local, entre as quais se destacam a Quali e alguns produtores da organização Vicente Guerrero. Ao mesmo tempo, a REDAC continuou apoiando a capacitação em processos de certificação e a vinculação com outras organizações de produtores em nível regional.

¹Análise para o estabelecimento de um Sistema solidário produtor-consumidor, para produtos com vantagem ambiental e social na cidade de Puebla: comércio justo e agricultura orgânica”, García Bustamante Rocío (2006) Universidad Iberoamericana Puebla Tese de Mestrado em Estudos Regionais em Meio Ambiente e Desenvolvimento, Puebla, Puebla, México.

Em 21 de julho de 2007, foi realizado o primeiro dia do Tianguis Alternativo de Puebla com três grupos de produtores, uma dezena de consumidores e uma oficina. Posteriormente em 2008, com a ajuda da Cooperativa Tosepan Titataniske, da Fundação Canadian Falls Brook Center, em conjunto com a REDAC, foi possível melhorar a infraestrutura dos tianguis e consolidar de forma estável os primeiros encontros presenciais. Em 12 anos de existência, diversos representantes da agricultura familiar, cooperativas, empresas familiares, entre outros, participaram dos tianguis; alguns de forma constante e outros um pouco mais intermitentes, atualmente participam mais de 40 grupos e produtores locais. Da mesma forma, foram feitas alianças com produtores dos mercados de Tlaxcala e Morelos que esporadicamente vão vender seus produtos.

Como parte das estratégias do TAP para atrair novos participantes - produtores e consumidores -, realizam-se regularmente diversas atividades e eventos para diferentes públicos, incluindo crianças e idosos, gerando assim um ambiente de participação e apoio. Talvez uma das conquistas mais importantes desse espaço tenha sido a possibilidade de constituir e manter ao longo do tempo o comitê de certificação participativa, que desde 2007 é composto por produtores, promotores e consumidores do tianguis.

Em 2016, o TAP fez uma aliança com a Associação “Sembrarte”, que promove a agricultura urbana e tem uma horta demonstrativa na zona sul da cidade. Assim, nesse mesmo ano o tianguis mudou-se para as suas instalações. Com a união dos dois projetos, o Tianguis foi reforçado com a parte de educação e formação na área da agricultura, mostrando assim a importância de gerar vínculos e articulações entre projetos complementares.

Da mesma forma, este ponto de intercâmbio tem permitido a integração de pequenos produtores em nível regional, que intercambiam, aprendem, organizam-se e trabalham sob os valores de uma produção sustentável e trocas equitativas e solidárias. Esse processo tem favorecido a criação e constituição de um Sistema de Certificação Participativa que garante a qualidade e transparência dos processos produtivos aos consumidores.

Ao mesmo tempo, o *tianguis* Alternativo de Puebla tornou-se um sistema regional de compra e venda de produtos locais e ecológicos, constituindo um circuito curto entendido como a participação de zero a um intermediário (CHIFFOLEAU, 2012).

Nesse sistema alternativo de comercialização, os produtores têm conseguido diversificar suas vendas, seja pela venda direta no mesmo *tianguis*, seja por meio

do acesso a outros canais de comercialização como lojas, restaurantes, cestas de compras e pequenos espaços especializados, constituindo canais alternativos de comercialização.

4.3 Mercado de Produtos Naturais Macuilli Teotzin. San Luis Potosí

O mercado Macuilli Teotzin está localizado na capital do estado de San Luis Potosí. Uma cidade caracterizada pela presença de diferentes indústrias que buscam aproveitar sua localização entre as três cidades mais importantes do país - Cidade do México, Guadalajara e Monterrey. Esse fenômeno fez com que a produção agrícola não tivesse a importância que merece e que seus produtores tenham que se deslocar para a cidade em busca de renda na zona industrial da capital, ingressando no rol de trabalhadores que compõem a indústria automotiva, principal fonte de receita do estado.

Nesse contexto, torna-se importante a possibilidade de consolidação de um espaço de comercialização que favoreça os pequenos e médios produtores. Assim, o Macuilli Teotzin, a partir de vários encontros realizados com produtores da região no âmbito de um projeto alternativo de formação camponesa, no qual foi criado um espaço denominado “Escolas de Campo e Experimentação para Agricultores”, com a participação de várias instituições acadêmicas, incluindo a Universidade Autônoma de San Luis Potosí (UASLP) e a Universidade Autônoma de Chapingo. Nessas reuniões, uma das principais conclusões e preocupações expressas pelos produtores foi a ausência de espaços de comercialização favoráveis nos quais pudessem oferecer seus produtos, além da alta intermediação a que foram submetidos.

Assim, a partir de 2011, como resultado do interesse de professores e alunos da carreira agroecológica do corpo docente de agronomia e medicina veterinária da UASLP, passou a ser desenhado um espaço de comercialização que permitisse a promoção dos processos produtivos de pequenos produtores camponeses e indígenas da região. Este processo de comercialização foi transformado em associação civil, com um objetivo muito claro: estimular a produção orgânica baseada nos princípios agroecológicos e a integração dos pequenos e médios produtores da região. Na fase de formação, contaram com o apoio da REDAC, de onde se conseguiram avanços nos processos de produção orgânica, que esse mercado reconquistou e busca se consolidar como elemento diferenciador em relação a outras experiências semelhantes.

O mercado passou por diferentes fases que foram marcadas pela incerteza gerada por não ter espaço próprio, tendo que mudar repetidamente o local das reuniões presenciais. Na última fase, a Faculdade de Habitat da UASLP, disponibilizou um espaço que garante a realização das reuniões uma vez por mês, conseguindo assim a consolidação de um grupo de produtores e consumidores frequentes, mas limitado pela oferta e capacidade dos espaços em que estão localizados. A partir de agosto de 2017, as feiras são realizadas na cidade de Mathuala, também com o apoio da UASLP por meio da Coordenação Acadêmica da Região Altiplano.

A estrutura organizacional caracteriza-se pela divisão regional de seus participantes - Altiplano, Huasteca e Centro - que constituem comitês por meio dos quais circulam informações e transmitem mensagens, acordos e propostas. Para isso, existe uma diretoria formada por produtores, que é acompanhada por membros da comunidade acadêmica, porém, as decisões são tomadas pelos participantes - produtores e consumidores, principalmente. Para a tomada de decisão existem duas formas, uma regional e outra alargada, sendo que a primeira ocorre após cada dia de mercado, onde os produtores regionais se reúnem e realizam a avaliação do mercado e posteriormente é comunicada às outras duas regiões, conforme adequado. desta forma a informação circula. A outra forma é a assembleia ampliada, que acontece uma vez por ano - por falta de recursos para realizá-la com maior frequência - em que se decidem sobre o calendário, as atividades e os compromissos assumidos por cada região.

4.4 Tianguis del Mayab. Cancún Quintana Roo

Este Tianguis surgiu como uma iniciativa da comunidade acadêmica da Universidade do Caribe, a partir do trabalho de pesquisadores pertencentes ao Departamento de Desenvolvimento Humano, Turismo Sustentável e Gastronomia e Hotelaria, e mais precisamente de um projeto de pesquisa intitulado “Cultura alimentar sustentável na Universidade do Caribe”. Como resultado deste projeto, alguns dos problemas ambientais e socioeconômicos vividos pelas comunidades maias do estado de Quintana Roo foram identificados.

Anteriormente, desde 2007, a Comissão Nacional de Áreas Naturais Protegidas (CONANP) vinha conduzindo processos de capacitação e apoio aos produtores camponeses e indígenas da região, na busca pela transição para práticas de produção orgânica, inicialmente motivada pela possibilidade para exportar seus produtos, principalmente mel. A partir deste trabalho e diante da

possibilidade de integrar os produtores num processo de comercialização, com o apoio da Universidade do Caribe, em 2011 foi realizado o primeiro *Tianguis del Mayab* dentro das instalações da Universidade.

Este projeto impôs vários desafios aos produtores, principalmente devido à qualidade do solo da região, que entre outras características possui profundidade de plantio muito rasa, é um solo rochoso, calcário e com poucos nutrientes. Portanto, a forma de transformar essas condições baseava-se na implantação de práticas agroecológicas que permitissem a regeneração dos solos, rotação de culturas, cultivo em linha ou trincheira, entre outras estratégias. É necessário mencionar que o processo se caracterizou pelo incentivo ao resgate de práticas e saberes tradicionais, e não tanto na implantação de práticas fora de seus contextos.

Inicialmente o mercado contou com a participação das comunidades de Nuevo Durango e Nuevo Yokdzonot, ao longo do tempo foram integrados produtores e processadores ligados a processos de agricultura urbana, produtos artesanais, sementes, entre outros, da cidade de Cancún ou de algumas comunidades próximas. No entanto, há uma desconexão entre as diferentes experiências regionais. Tem sido possível manter uma presença importante de produtores maias que oferecem produtos tradicionais como a batata voadora, macal, chaya, capim sagrado, miami, entre outros. Além de diversos produtos artesanais para o controle de pragas, fertilizantes e preparações naturais para a nutrição dos solos.

4.5 Tianguis Agroecológico de José María Morelos. José María Morelos, Quintana Roo

O Tianguis Agroecológico de José María Morelos é talvez a experiência mais incipiente aqui apresentada. Está localizado na sede municipal de José María Morelos, no interior do estado de Quintana Roo, rodeado pelos principais centros turísticos do país: Cancún (300 km), Playa del Carmen (238 km) e Tulum (174 km), e a 200 km da capital do estado, Chetumal. É o único município do estado que não possui litoral, portanto, enquanto no restante do estado o turismo tem representado uma importante fonte de renda, no caso de José María Morelos tem ocorrido uma migração recorrente de jovens e homens adultos, principalmente para esses centros turísticos, em busca de renda. Este fenômeno significou, por um lado, o abandono das atividades agrícolas em unidades produtivas distantes da área urbana das comunidades do município, mas, por outro, gerou processos de hortas caseiras estimulados principalmente por mulheres, que integraram esses tianguis desde a sua criação.

Neste contexto, a Universidade Intercultural Maya de Quintana Roo (UIMQROO), desde 2012, concebeu o projeto “Segurança e Soberania Alimentar”, em que o objetivo principal era fortalecer as hortas familiares nas comunidades do entorno de José María Morelos para garantir a produção e o consumo das famílias. Posteriormente, ao identificar algumas comunidades onde o projeto estava sendo bem-sucedido, começaram a ser gerados excedentes de produção, o que permitiu que o processo fosse escalonado para a comercialização. É aí que se concretiza a proposta de geração de um espaço de comercialização na comunidade UIMQROO.

Em 2013 é realizado o primeiro *tianguis* e a partir daí é realizado uma vez por mês. Como as outras experiências, o espaço tem sido um desafio para a consolidação do processo, inicialmente foram instalados em um espaço afastado do centro da cidade, o que não permitia o fluxo de pessoas. Posteriormente, chegaram a um acordo com as autoridades locais para a utilização do espaço da praça central, porém sua utilização se limitava aos dias em que não havia eventos programados. Isto levou a repensar a sua localização e transferi-la para as instalações da universidade, bem como à procura de novos canais de comercialização, posicionando alguns produtos, principalmente hortaliças, numa loja local de antigos alunos da UIMQROO, além do desenho de um programa de cestas semanais para o consumo de professores e administradores universitários.

Neste Tianguis, é necessário mencionar que embora o processo de comercialização não tenha se consolidado, apesar de acumular mais de cinco anos, a grande virtude desse processo está no fortalecimento da soberania alimentar como elemento fundamental dentro das comunidades participantes. Portanto, embora não seja percebida sua incidência no nível local e regional, os objetivos iniciais do projeto refletem-se na possibilidade de autossuficiência nas comunidades e aumento das unidades produtivas, alcançando assim uma melhoria na renda familiar e, em alguns casos, evita-se o deslocamento para áreas turísticas em busca de emprego.

5 APRENDIZAGEM NOS MERCADOS AGROECOLÓGICOS

A partir das experiências analisadas e das trajetórias que cada um vem construindo, é possível identificar aspectos para análise em torno do desenvolvimento de cada experiência e dos processos de aprendizagem que fortaleceram suas ações, os quais mencionamos a seguir:

5.1 Mercados agroecológicos como processos sociais que ressignificam o mercado

Esses tipos de mercados têm a possibilidade de reivindicar algumas das virtudes oferecidas pelas trocas econômicas que ocorrem em espaços diferenciados, tanto pelo tipo de produtos que ali são oferecidos, como pelo tipo de atores envolvidos, suas motivações e formas de participação (ROLDÁN-RUEDA *et al.*, 2016). Nesse sentido, esses mercados são evidências de que outros tipos de relações e trocas econômicas, menos concentradas, mais inclusivas, mais bem pagas, mais solidárias, não só são possíveis, mas também se materializaram em diferentes contextos latino-americanos. De acordo com León, Valdés e Vásquez (2003, p. 73):

Quando falamos de mercados, geralmente nos referimos a transações econômicas, suas características intrínsecas; porém, falar de mercado implica também referir-se a um mundo social, cultural e identitário construído no cotidiano e pela diversidade de seus protagonistas. Envolve o encontro-desencontro e a troca de “modos de vida” entre seus atores.

Estes tipos de espaços estão recuperando cenários físicos e simbólicos que permitem a concepção e implementação de várias estratégias voltadas, por um lado, desafiadas ao mercado hegemônico, e por outro, resolver problemas específicos dos contextos em que se inserem. A esse respeito, cabe mencionar que, apesar de essas experiências enfrentarem problemas comuns em cada uma das etapas do processo produtivo, elas são resolvidas de diferentes maneiras, a partir das trajetórias, recursos, expectativas e vínculos que se criam entre os participantes.

Nesse sentido, essas experiências tornam-se referências para demonstrar a capacidade desses mercados em enfrentar alguns desses problemas comuns identificados por seus produtores e promotores, entre os quais destacamos os processos de intermediação e os mecanismos de certificação como dois dos problemas em aquelas que os participantes dessas experiências vêm gerando propostas e alternativas, que se articulam de diferentes formas com outras formas de fazer e pensar a economia, bem como com a implementação de processos produtivos mais sociais e solidários.

5.2 Desenvolvimento de processos de Economia social e consumo responsável

A Economia Solidária busca reconstituir as relações econômicas diante da lógica do capital (SINGER, 2002; CORAGGIO, 2014), exemplo disso são os mercados

agroecológicos, pois os diferentes atores que neles participam estabelecem relações de proximidade que lhes permitem se vincular e estabelecer laços de confiança e cooperativos, não só para o intercâmbio comercial, mas também na produção, distribuição e consumo propriamente dito. Os mercados agroecológicos estimulam processos de economia solidária propondo específicas formas de produzir, distribuir, transformar, comercializar e consumir procurando contribuir para uma reprodução de vida prolongada, entendida como o “desenvolvimento sustentado da qualidade de vida de seus membros e que melhora o desenvolvimento de relações econômicas mais justas” (CORAGGIO, 2007, p. 3); da mesma forma, buscam configurar-se como “estratégias socioeconômicas sustentáveis que apontam para um horizonte relevante diante da crise estrutural do trabalho assalariado” (GRACIA, 2015, p. 18). Estes mercados são considerados processos de economia solidária ao colocar no centro a pessoa, o trabalho, a organização coletiva, a transformação das relações sociais entre os atores participantes, bem como o uso de diferentes formas de intercâmbio além do mercantil.

Da mesma forma, os projetos produtivos convergem em mercados que envolvem a troca de conhecimentos e processos agroecológicos, bem como o trabalho coletivo, cujo exemplo mais claro é a certificação participativa, pois envolve produtores, que trocam conhecimentos, informações e técnicas produtivas, mas também participam consumidores e intermediários solidários, que se envolvem e aprendem com os processos de produção. O mesmo ocorre nos processos de intermediação, eles se socializam e criam laços em torno da produção agroecológica e das trocas. Isso está tornando visíveis os diferentes atores da cadeia produtiva e desencadeando dinâmicas de socialização, inclusive foi identificada uma ampliação de processos produtivos agroecológicos a nível territorial.

Nesses espaços, os alimentos ganham valor de uso e os processos produtivos agroecológicos e de trocas são politizados, pois permitem aos diversos sujeitos envolvidos adquirirem discursos e práticas que vão além da troca meramente comercial, onde o cuidado com a natureza, o uso de agrotóxicos, alimentação saudável, relações de proximidade e reciprocidade imprimem uma lógica diferente às relações sócio comerciais desses mercados.

Este tipo de processo encontra eco nos cidadãos que procuram opções de consumo baseadas em valores éticos, ambientais, bioculturais, de saúde e / ou solidariedade, que norteiam as suas decisões de compra, politizando o consumo, transformando-os em consumidores responsáveis, informados e sensibilizados.

5.3 Os processos de certificação participativa (CP)

A CP é um processo coletivo entre produtores, consumidores e demais atores, que garante a qualidade orgânica e saudável dos produtos locais, gerados em pequena escala, com base em relações de confiança e que promovem compromissos de saúde, ecologia, equidade e precaução (REDAC, 2008 apud GÓMEZ *et al.*, 2019, p. 520).

A CP difere da certificação de agência porque atende aos padrões orgânicos, mantém procedimentos de verificação simples, busca reduzir a burocracia e os custos mínimos e normalmente inclui um processo educacional e de controle social que envolve os atores da cadeia produtiva (produtores, intermediários e consumidores). Além disso, a CP normalmente não tem custo direto para o produtor, tem características diferentes dos Sistemas Internos de Controle que fazem parte da certificação da agência e não têm como meta a exportação de alimentos (GÓMEZ, 2006, p. 3).

Na CP a colaboração de cada um dos participantes é fundamental, permitindo-lhes explorar e conhecer aspectos dos processos de produção que vão além do seu papel de agente econômico do papel de produtor, intermediário ou consumidor. Nesse sentido, os processos de certificação possibilitam a constituição de atores sociais com capacidade de influenciar a produção, distribuição e consumo. Para isso, neste tipo de mercados, são realizadas visitas de acompanhamento, geralmente compostas por produtores, consumidores, promotores e pessoas vinculadas à academia, dando lugar à troca de experiências, aconselhamento técnico e formação direta; sendo uma alternativa de aprendizagem para cada um dos participantes a favor da transformação dos processos produtivos e das relações de troca ali existentes, reafirmando laços e laços de confiança, solidariedade e respeito.

“Às vezes não fazemos visitas para garantir a produção dos colegas, os conhecemos e confiamos neles, ou quem os conhece, sabemos como trabalham a sua produção, organicamente é baseada na confiança, neste tipo de mercados” (Produtor Tianguis Alternativo de Puebla, junho de 2017).

Dentro das experiências que mencionamos, os processos de CP têm sido implementados a partir de diversos acordos, trajetórias, interesses e motivações. Neste sentido, apesar de se tratar de um objetivo comum, os contextos em que se inserem, o tipo de participantes e os interesses comuns que identificam permitem reconhecer aspectos que

afetam a configuração dos processos de certificação. Um dos aspectos mais polêmicos tem a ver com a validação dos processos de certificação pelas entidades correspondentes (SEDAR-SENASICA). Para alguns promotores, a possibilidade de consolidar o processo de CP nos enquadramentos legais se converteu num desafio e na evidência de que o governo está dando passos para a inclusão dos pequenos e médios produtores no desenho das políticas públicas. Porém, sua inclusão na lei e sua posterior implementação apontam para a homogeneização dos processos produtivos, minimizando as particularidades sociais, políticas e econômicas de cada contexto e de cada produtor. Assim, a confiança gerada nessas certificações participativas não reside no reconhecimento legal, mas na relação que se forma entre os múltiplos participantes e suas próprias experiências ao se envolverem.

“Você pode ter a sua certificação, mas depois você pode fazer o que quiser, então realmente é baseado na confiança e também os clientes percebem, percebem que tem um gosto diferente. Agora, não tem que ser necessariamente pequeno ou feio, se você produz bem, você produz qualidade” (Produtor Tianguis Alternativo de Puebla, junho de 2017).

Apesar dos desafios colocados pela certificação participativa, estes processos representam a possibilidade de reconhecer múltiplas respostas a preocupações e interesses comuns dos consumidores, perante a possibilidade de recuperar práticas, saberes e conhecimentos tradicionais, reconstruindo relações e vínculos entre os participantes, ressignificar e explorar outros tipos de trocas, transformar decisões de consumo com base em mais e melhores informações, benefícios coletivos e, sobretudo, na inclusão de valores e princípios que permitam consolidar este tipo de espaço de comercialização como uma alternativa real para produtores, intermediários e consumidores, assim, os processos de CP tornam-se uma ponte para criar e fortalecer relações entre produtores, gestores e consumidores que podem fortalecer os processos de consumo responsável e informado, pois constituem processos de transparência e confiança.

5.4 Os processos de intermediação

A intermediação, entendida como o elo entre produtores e consumidores, representa um dos maiores problemas para os produtores. O acesso aos espaços de comercialização, vias de acesso das unidades de produção, distâncias, acesso a veículos próprios, idade dos produtores, ausência de processos de relevo geracional, além da presença de

intermediários “agiotas”, entre outros aspectos, constituem alguns dos principais entraves à produção. Nesse sentido, a urgência de reivindicar e transformar a intermediação faz sentido para alguns dos participantes desses mercados, na medida em que identificam nesta etapa do processo produtivo a oportunidade de reconquistar o vínculo cooptado por poucas mãos (ROLDÁN-RUEDA; GRACIA, 2018).

Nesse cenário, são identificadas algumas estratégias que buscam mecanismos de transformação dos processos de intermediação. Uma das prioridades, na procura de estratégias, tem-se centrado na necessidade de diversificar os canais de comercialização, para os quais o fluxo de informação entre os participantes, o fortalecimento dos mercados locais e a encenação da intermediação cobram um grande papel. Para isso, alguns desses mercados têm integrado com sucesso intermediários - que geralmente também são produtores - que cumprem funções que vão além da coleta dos excedentes dos produtores.

Ao mesmo tempo, outros mercados privilegiam as trocas diretas, como mecanismo para garantir que os produtores alcancem maiores benefícios, porém, devido a alguns dos aspectos mencionados acima, isso pode se tornar um entrave à sua participação. Nesse sentido, a transformação dos processos de intermediação implica reconhecer que nem sempre os produtores podem se responsabilizar pela sementeira, cuidado, colheita, transporte e comercialização dos produtos.

Portanto, para avaliar os efeitos em termos de democratização dos sistemas agroalimentares, é imprescindível identificar as relações de troca que elas constroem e o tipo de mercado que geram (SOLER; CALLE, 2010), desde a existência de um comércio de produtos diferenciados não significa necessariamente a transformação do mercado convencional; ainda, por vezes, observa-se que a dinâmica de determinados canais de distribuição reproduz práticas que fortalecem as estruturas globais desiguais geradas em torno das elites de consumo, práticas discursivas associadas à justiça social e ambiental a partir de um “jogo da etiqueta” - comércio justo, ambientalmente responsável, boas práticas de fornecedores- e certificações -orgânico, verde ou sustentável-, além dos nichos de mercado constituídos pelas falsas soluções da economia verde (ROSSET, 2016) que não questionam ou transformam essas estruturas.

Diante do exposto, é importante que na formação de mercados agroecológicos sejam estimuladas complementaridades territoriais e produtivas que transcendam a racionalidade econômica e incluam relações mais justas e solidárias entre os participantes, promovendo um consumo responsável e informado. A criação de vínculos entre atores locais

e regionais vai nessa direção, na medida em que amplia a concepção de distribuição de alimentos e os mercados a ela relacionados. A recuperação de espaços físicos e simbólicos ligados à distribuição de alimentos, que realizam este tipo de experiência, implica mudanças nas lógicas e dinâmicas que constituem os sistemas agroalimentares (CALLE; SOLER; VARA, 2009). Ao mesmo tempo, problematiza categorias e discursos recorrentes - trocas diretas, preços justos, preços fixos, comércio justo, entre outros - que são cruciais para questionar e propor transformações diante do modelo neoliberal (NICHOLSON, 2013) e os aparentes esforços para erradicar os problemas. da liberalização de um mercado que marginaliza e nega o campesinato.

5.5 Desafios de mercados alternativos

Apesar dos avanços e lições aprendidas nesses mercados, existem desafios que devem ser trabalhados para fortalecer os mercados agroecológicos e, assim, fortalecer sua influência. É por isso que apresentamos algumas propostas para realizar esta tarefa:

a) Maior treinamento para melhorar os processos produtivos

A maioria dos produtores nos mercados são pequenos produtores com superfície inferior a 2 ha., em alguns casos a produtividade dessas áreas é baixa, podendo produzir mais com o aprimoramento da tecnologia agroecológica aplicada. Além disso, outros aspectos importantes poderiam ser aprimorados, como a inocuidade, a correta aplicação dos princípios agroecológicos, a melhoria dos processos de transformação e a geração de maior valor agregado, entre outros.

b) Manter e melhorar os processos de certificação participativa

É preciso cuidar da confiança que se gerou junto aos consumidores, requisito essencial em um processo de economia solidária. É preciso garantir que os produtos desses espaços sejam realmente saudáveis e agroecológicos.

c) Gerar processos de revisão dos preços dos produtos

Sabe-se que os preços oferecidos nos mercados agroecológicos locais são inferiores aos encontrados em supermercados e lojas especializadas em produtos orgânicos, porém, também em alguns dos mercados, os preços dos produtos têm aumentado gradativamente e não há processos de revisão nos mercados dos custos reais de produção; seria

extremamente valioso avançar na contabilização dos custos reais para poder explicar aos consumidores o porquê dos custos dos produtos e estabelecer estratégias (por exemplo, aumento de produtividade, geração de valor adicionado) que levam à redução dos preços dos produtos e, assim, promover a massificação dos processos de consumo e conhecimento dos produtos agroecológicos.

d) Mecanismos de troca de conhecimento entre os mercados locais

Requer uma articulação entre os diferentes mercados locais, de forma que se restabeleçam processos de troca de conhecimento, de forma que as estratégias que funcionem melhor possam ser replicadas pelos novos mercados, sejam compartilhadas as diferentes “experiências” que existem para a troca de produtos.

e) Influenciar as políticas públicas do país para a promoção dos mercados agroecológicos locais

É importante que essas iniciativas organizadas influenciem uma nova política pública para promover um sistema agroalimentar agroecológico no México. Em várias agências governamentais mexicanas em 2019 (SADER na Subsecretaria de Autossuficiência Alimentar e SEMARNAT na Direção-Geral de Agroecologia), foram feitas propostas que abordam a ciência, a prática e o movimento da agroecologia, mas não se visualiza claramente o papel de energização e conexão entre a sociedade civil e os produtores que os mercados locais têm.

6 CONCLUSÕES

Os mercados agroecológicos se reconfiguram com dinâmicas de economia social e solidária, promovendo ações coletivas, processos agroecológicos, em um diálogo campo-cidade que reconstrói a função dos mercados, politiza as trocas, estabelece laços de confiança, destaca o valor do uso da alimentação, redefine e permite a interação entre os diferentes atores sociais e favorece o surgimento, no México, de um novo sistema agroalimentar sustentável.

Esses espaços poderiam constituir uma plataforma para ressignificar as relações comerciais e de troca. São espaços onde os seus participantes conseguem identificar motivos, interesses e preocupações comuns, relacionados com a saúde, a ética, a alimentação, a solidariedade, o biocultural e o coletivo, favorecendo as ligações entre o campo e a cidade.

Os mercados estudados são heterogêneos e as suas características são dadas pelo território, no entanto, eles compartilham aprendizados e desafios. Nesses espaços, são promovidos negócios familiares e coletivos que podem colocar seus produtos de forma mais justa e diversificada, já que a partir de sua participação neles os produtores ampliam e diversificam seus canais de comercialização.

Identificou-se que esses espaços permitem a troca de conhecimentos e, portanto, de práticas produtivas, dando peso aos processos agroecológicos que podem ter um impacto positivo nos territórios. Nas diferentes experiências, há pontos de encontro que giram em torno da transformação dos processos produtivos que nos permitem pensar a agroecologia como uma alternativa viável e necessária para conter a deterioração ambiental, social e política que se desenvolveu em torno dos sistemas alimentares. Isto leva a que a agroecologia seja uma chance de recuperar espaços físicos e simbólicos que não se esgotaram em práticas produtivas, mas que, pelo contrário, aponta para a rearticulação dos vários sujeitos sociais, protagonistas em sistemas agroalimentares alternativos e de economia social e solidária.

Os processos de intermediação e certificação participativa fornecem elementos para o fortalecimento das relações entre produtores, consumidores e gestores, criando um campo fértil para a prática do consumo responsável.

A certificação participativa é um processo em que a confiança, os valores e a aprendizagem coletiva (troca de conhecimentos) predominam entre os diferentes atores que participam em mercados alternativos, o que promove o empoderamento dos produtores sobre os seus processos de produção e favorece o desenvolvimento da agroecologia em suas unidades produtivas, como modelo alternativo de produção e consumo.

As estratégias que são implantadas nos mercados alternativos são diversas e complexas, as conquistas avançam para sistemas alimentares locais diferentes ao hegemônico. Nesse sentido, consideramos que não é possível, ou pelo menos não de forma conclusiva, criar espaços alternativos sem ter uma postura política e ideológica perante os problemas e realidades que os camponeses devem enfrentar nas diferentes regiões, sem questionar o modelo agroalimentar, sem indagar sobre as formas de produção, sem transformar as dietas, as relações e os vínculos entre o campo e a cidade, e sem voltar os olhos para os territórios rurais que se encarregam de abastecer as cidades.

7 REFERÊNCIAS

- CALLE, A.; SOLER, M.; VARA, I. La desafección al sistema agroalimentario: ciudadanía y redes sociales. In: Congreso Español de Sociología de la Alimentación, 1., 2009, Gijón. Disponível em: <<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.683.7217&rep=rep1&type=pdf>>. Acesso em: 03 de julho 2019.
- CEPAL; FAO; IICA. Fomento de circuitos cortos como alternativa para la promoción de la agricultura familiar. **Boletín CEPAL/FAO/IICA**, v. 2, p. 14, 2014.
- CHIFFOLEAU, Y. Circuits courts alimentaires, dynamiques relationnelles et lutte contre l'exclusion en agriculture. **Économie Rurale**, n. 332, p. 88-101, nov./dec. 2012.
- CORAGGIO, J. L. Desarrollo regional, espacio local y economía social. In: **Seminario Internacional Las Regiones Del Siglo XXI Entre La Globalización y La Democracia Local**, 1., 2005. México, 2007.
- CORAGGIO, J. L. **Economía social y solidaria**: El trabajo antes que el capital. Quito: Ediciones Abya-Yala, 2011.
- ETC GROUP. **¿Quién nos alimentara?** La red campesina alimentaria o la cadena agroindustrial. 2017. Disponível em: <https://www.etcgroup.org/es/quien_alimentara>. Acesso em: 10 de novembro 2019.
- FAO. Comisión de recursos genéticos para la alimentación y la agricultura. **Segundo informe del estado de los recursos fitogenéticos para la alimentación y la agricultura en el mundo**. 2010. Disponível em: <<http://www.fao.org/3/i1500s/i1500s.pdf>>. Acesso em: 03 de julho 2019.
- GARCÍA-BUSTAMANTE, R. Búsquedas de posibilidades de vida desde el presente: Los Tianguis Alternativos Locales en México. In: GRACIA, M. A. (coord.). **Trabajo, reciprocidad y re-producción de la vida**: experiencias colectivas de autogestión y economía solidaria en América Latina. Miño y Dávila: Buenos Aires, 2015. p. 281-284.
- GARCÍA-BUSTAMANTE, R. (2015). **Tianguis Alternativos Locales en México como puntos de encuentro micropolítico**: en la búsqueda de posibilidades de vida en el presente. 277 p. Tese de Doutorado – Doctora en economía política del desarrollo, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, 2015.
- GARCÍA-BUSTAMANTE, R.; GRACIA, M. A. Nodos, actores y discursos en la generación de alternativas alimentarias locales en Quintana Roo y Yucatán, México, 2016-2016. **Intersticios Sociales**, n. 17, p. 175–202, 2019.
- GARCÍA-BUSTAMANTE, R.; RAPPO, M. S.; TEMPLE, D. Innovaciones socioambientales en el sistema agroalimentario de México: Los mercados Locales Alternativos (Tianguis). **Agroalimentaria**, v. 22, n. 43, p. 103–117, 2016.
- GRACIA, A. **Trabajo, reciprocidad y re-producción de la vida**: experiencias colectivas de autogestión y economía solidaria en América Latina. Miño y Dávila: Buenos Aires, 2015.
- GÓMEZ-TOVAR, L.; RODRÍGUEZ-SILVA, R. C.; GÓMEZ-CRUZ, M. La certificación orgánica participativa en el tianguis orgánico Chapingo, México: avances y retos desde la mirada de la agroecología. In: BARKIN, D.; CARRILLO, G. (Coords.). **Ecological Economics and Social-Ecological Movements**: Science, policy and challenges to global processes in a troubled world. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, 2019. p. 519-534.
- GÓMEZ-TOVAR, L. Una certificación diferente: La certificación orgánica participativa. 2006. Disponível em: <https://vinculando.org/organicos/certificacion_organica_participativa.html>. Acesso em: 05 de junho 2019.
- GÓMEZ-TOVAR, L. GÓMEZ-CRUZ, M. Á. **Agricultura orgánica**: Bases técnicas. Centro de Investigaciones Interdisciplinarias para el Desarrollo Rural Integral. Chapingo: CIIDRI; Universidad Autónoma Chapingo, 2017.
- GRANOVETTER, M. Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. **The American Journal of Sociology**, v. 91, n. 3, p. 481–510, 1985.
- GRANOVETTER, M. Economic institutions as social constructions: a framework for analysis. **Acta Sociológica**, v. 35, n. 1, p. 3-11, 1992.
- LEÓN, G.; VALDÉS, H.; VÁSQUEZ, V. **Mercado Kantuta**: Un Mercado Campesino. Fundación PIEB: Murillo, 2003.

- MIER Y TERÁN GIMÉNEZ CACHO, M. *et al.* Bringing agroecology to scale: Key drivers and emblematic cases. **Agroecology and Sustainable Food Systems**, v. 42, n. 6, p. 637-665, 2018.
- MCMICHAEL, P. A food regime genealogy. **Journal of Peasant Studies**, v. 36, n. 1, p. 139-169, 2009.
- NICHOLSON, P. Soberanía alimentaria: Alianzas y transformaciones. In: HOLT-GIMÉNEZ, E. (ed.). **¡Movimientos alimentarios uníos!** Estrategias para transformar nuestros sistemas alimentarios. Bogotá: ILSA-Food First, 2013. p. 40-48.
- PATEL, R. **Stuffed and Starved: The Hidden Battle for the World's Food System**. London: Portobello Books, 2007.
- PÉREZ, J. C.; ETXEZARRETA, E.; GURIDI, L. ¿De qué hablamos cuando hablamos de Economía Social y Solidaria? Concepto y nociones afines. In: JORNADAS DE ECONOMÍA CRÍTICA, 11. 2008, Bilbao. **Presentación**, Bilbao. Publicado por Asociación de Economía Crítica, 2008, p. 1-26.
- QUIJANO, A. ¿Sistemas alternativos de producción? In: SANTOS, B. S. (coord.). **Producir para vivir: Los caminos de la producción no capitalista**. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica, 2001. p. 406.
- ROLDÁN-RUEDA, H. N.; GRACIA, M. A.; SANTANA, M. E.; HORBATH, J. E. Los mercados orgánicos en México como escenarios de construcción social de alternativas. **POLIS. Revista Latinoamericana**, n. 43, 2016.
- ROLDÁN-RUEDA, H. N.; GRACIA, M. A. (Des) estigmatizar la intermediación de alimentos en pos de mayor equidad: Espacios emergentes de comercialización frente a la gran distribución en Colombia. **Espacialidades**, v. 8, n. 2, p. 104-125, 2018.
- ROLDÁN-RUEDA, H. N.; GRACIA, M. A.; MIER Y TERÁN, M. Los mercados locales alternativos en México y Colombia: resistencias y transformaciones en torno a procesos de certificación. **Cuadernos de Desarrollo Rural**, v. 15 n. 82, p. 1-17, 2018.
- ROSSET, P. M. La reforma agraria, la tierra y el territorio: evolución del pensamiento de La Vía Campesina. **Mundo agrario**, v. 17, n. 35, 2016.
- ROSSET, P.; ALTIERI, M. **Agroecología: ciencia y política**. Ciudad de México: Universidad Autónoma de Zacatecas; Miguel Ángel, 2019.
- SEMARNAT - Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales. **Informe de la situación del Medio ambiente en México**. Compendio de estadísticas ambientales. Indicadores clave de desempeño ambiental y de crecimiento verde. 2016. Disponible em: <https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/informe15/tema/pdf/Informe15_completo.pdf>. Acceso em: 17 de novembro 2019.
- SIAP. Boletín mensual. **Balanza de disponibilidad - consumo**. 2017. Disponible em: <<https://www.gob.mx/siap/documentos/balanzas-disponibilidad-consumo-de-productos-agropecuarios-seleccionados-104471>>. Acceso em: 21 de agosto 2017.
- SINGER, P. **Introdução à Economia Solidária**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2002.
- SOLER, M.; CALLE, A. Rearticulando desde la alimentación: canales cortos de comercialización en Andalucía. **PH Cuadernos**, v. 26, p. 258-283, 2010.
- TORRES, F. El abasto de alimentos en México hacia una transición económica y territorial. **Problemas del Desarrollo**, v. 42, n. 166, p. 63-84, 2011.
- VAN DER PLOEG, J. D. **Nuevos Campesinos: Campesinos e imperios alimentarios**. Andalucía: Icaria Editorial, 2010.