

—Revista de  
Ciências  
Humanas  
— UFSC

## Kairós: um portal para outro tempo na Feira Ecológica do Menino Deus

*Kairós: un portal para otro tiempo en la Feria Ecológica de Menino Deus*

*Kairós: a portal to another time at the Menino Deus Ecological Fair*

Graziéli Martins Vieira<sup>a</sup>  e Adriana Silveira Kessler<sup>b</sup> 

<sup>a</sup> Graduada em Psicologia. Universidade Luterana do Brasil, Rua Universitária, 1900. Parque do Balonismo. CEP 95560-000. Torres/RS, Brasil Torres/RS, Brasil. E-mail: [grazieli.martinsvieira@gmail.com](mailto:grazieli.martinsvieira@gmail.com)

<sup>b</sup> Professora do curso de Psicologia. Mestre em Psicologia Social e da Personalidade. Universidade Luterana do Brasil, Torres/RS, Brasil. E-mail: [adripsi10@hotmail.com](mailto:adripsi10@hotmail.com)

**Resumo:** O presente artigo tem por objetivo apresentar os resultados de um estudo de caso realizado com consumidores da Feira Ecológica do Menino Deus, na cidade de Porto Alegre/RS. Tem como proposta avaliar a feira enquanto espaço construtor de identidade e direcionador de um novo modo de vida dentro dos conceitos da Psicologia Ambiental. Realizamos a aplicação da técnica dos Mapas Afetivos com oito consumidores, utilizando o levantamento categorial para a análise e discussão dos dados. Observamos que a feira ecológica tem um significado que transcende a compra e venda de orgânicos, representando a construção de uma consciência ecológica e política, preocupação com o coletivo e um compromisso com a vida e seu entorno.

**Palavras-chave:** Psicologia ambiental; Identidade de Lugar; Educação Ambiental; Feira Ecológica; Mapas Afetivos.

**Resumen:** Este artículo tiene como objetivo presentar los resultados de un estudio de caso realizado con consumidores en la Feria Ecológica Menino Deus, en la ciudad de Porto Alegre/RS. Su propuesta es evaluar la feria como un espacio que construye identidad y dirige una nueva forma de vida dentro

**Como citar o artigo:** VIEIRA, Graziéli Martins; KESSLER, Adriana Silveira. Kairós: um portal para outro tempo na Feira Ecológica do Menino Deus. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v. 53, 2019 DOI: 10.5007/2178-4582.2019.e62964



**Direito autoral e licença de uso:** Este artigo está licenciado sob uma [Licença Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Com essa licença você pode compartilhar, adaptar, para qualquer fim, desde que atribua a autoria da obra, forneça um link para a licença, e indicar se foram feitas alterações.

de los conceptos de Psicología Ambiental. Llevamos a cabo la aplicación de la técnica de Mapas Afectivos con ocho consumidores, utilizando la encuesta categórica para el análisis y discusión de los datos. Observamos que la feria ecológica tiene un significado que trasciende la compra y venta de productos orgánicos, representando la construcción de una conciencia ecológica y política, preocupación por el colectivo y un compromiso con la vida y su entorno.

**Palabras clave:** Psicología ambiental; Identidad de lugar; Educación ambiental; Feria ecológica; Mapas afectivos.

**Abstract:** This paper aims to present the results of a case study conducted with consumers at the Menino Deus Ecological Fair, in the city of Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brazil. Its proposal is to evaluate the fair as a space that builds identity and directs a new way of life within the concepts of Environmental Psychology. We applied the Affective Maps technique with eight consumers, using categorical survey to analyze and discuss the data. We note that the ecological fair has a meaning that transcends the purchase and sale of organic products, representing the construction of an ecological and political awareness, concern for the collective and a commitment to life and its surroundings.

**Keywords:** Environmental Psychology; Place Identity; Environmental Education; Ecological Fair; Affective Maps.

## INTRODUÇÃO

Percebemos a cada dia um distanciamento maior entre o ser humano, a natureza e as pessoas à sua volta. Cresce o individualismo e com este vão se perdendo valores que são essenciais para o desenvolvimento pleno do ser. O contato com ambientes naturais e com as pessoas promove bem estar e renovação, agindo então como “fio terra” para o estresse cotidiano acumulado.

Na cidade de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul, vem sendo destaque a implementação de feiras orgânicas, espaços que movimentam um fluxo de pessoas cada vez maior, dentro de parques ou praças, onde se pode comprar produtos sem agrotóxicos, diretamente com o produtor e ainda, proporciona contato com a natureza.

Realizamos uma pesquisa com os consumidores de uma das feiras orgânicas mais antigas de Porto Alegre, localizada no bairro Menino Deus, no pátio da Secretaria da Agricultura, que ocorre às quartas e aos sábados. O propósito principal foi avaliar a experiência dessas pessoas na feira, buscando compreender a importância que este local tem para cada uma delas, funcionando como organizador e disseminador de outro modo de vida. O problema que norteou a pesquisa foi: - de que maneira a feira orgânica do bairro Menino Deus pode atuar como espaço construtor de identidade e de interação para os consumidores?

O desenvolvimento da pesquisa ficou em torno das seguintes questões norteadoras: frequentar a feira orgânica pode ser considerado uma forma de educação ambiental? O espaço da feira resulta em uma experiência de reconexão com a natureza e consigo mesmo? Os consumidores acreditam estar contribuindo para um mundo mais sustentável e consequentemente, construindo um ambiente melhor para todos? De que formas a feira é significada pelas pessoas que a frequentam? Como podemos avaliar o vínculo entre o usuário e o espaço da feira, utilizando os conceitos de Psicologia Ambiental?

A Psicologia Ambiental estuda a inter-relação ser humano/ambiente de forma que o indivíduo é produtor e produto do meio em que está inserido. Assim, o tipo de relação que estabelece com o meio é crucial para seu desenvolvimento e comportamento. Tendo em vista que é mais difícil de se estabelecer uma relação de identidade e pertencimento ao lugar em grandes cidades, buscamos analisar se e como os seguintes conceitos de Psicologia Ambiental foram verificados pelos consumidores em

relação a esta feira: identidade de lugar, apropriação e sentimento de pertença (*topofilia*), para o que, utilizamos a técnica dos Mapas Afetivos, um método específico para analisar as relações pessoa-ambiente. Além disso, buscamos avaliar a feira enquanto prática sustentável, promotora de um modo de vida mais saudável e de responsabilidade com as próximas gerações.

Os resultados indicaram que a feira foi ressignificada pelos consumidores remetendo ao sentido de comunidade e se constitui em uma prática sustentável que promove educação ambiental e disseminação de consciência ecológica.

## FEIRA ECOLÓGICA DO MENINO DEUS

A Feira Ecológica do Menino Deus surgiu em dezembro de 1993, a partir da iniciativa da cooperativa COOLMEIA<sup>1</sup>, e atualmente é realizada às quartas-feiras e aos sábados, dentro do pátio da Secretaria da Agricultura, na Av. Getúlio Vargas, bairro Menino Deus, nº 1384, na cidade de Porto Alegre, capital do estado do Rio Grande do Sul. A ideia não é ser apenas um local de comercialização de produtos orgânicos, mas também, um espaço de cultura, de troca de conhecimento entre consumidor e produtor. Além disso, são realizadas oficinas para adultos e crianças e outras atividades sempre que possível. Trata-se então, de um ambiente familiar que tem as características de um parque, tornando-se um lugar atrativo e acolhedor.

## BREVE CONCEITUAÇÃO DA PSICOLOGIA AMBIENTAL

A relação estabelecida entre sujeito e meio ambiente tem se mostrado fator determinante para o comportamento humano, tornando seu desenvolvimento indissociável do seu entorno sociofísico, acentuando ainda mais a importância de estabelecermos uma boa conexão com o meio em que estamos inseridos. Nesse aspecto, a Psicologia Ambiental tem muito a contribuir, pois estuda as inter-relações entre o ser humano e o meio ambiente, compreendendo que o sujeito modifica o ambiente da mesma forma que o ambiente atua sobre ele. Acerca disso, Guisso e Menandro (2012, p. 69) discorrem:

O ambiente é o fator desencadeante de comportamentos, que podem ser os mais variados para o mesmo ambiente o que vai determinar como e quanto esse ambiente influencia são as condições sociais, econômicas, políticas, de poder, culturais. Portanto, existe um ciclo de influências que são mediadas por outras questões e que vão gerar comportamentos e ambientes diferenciados, dependendo das necessidades.

A Psicologia Ambiental tem como proposta principal investigar como se dá a relação entre o ser humano e o meio ambiente no sentido de mútua influência. Bassani, Silveira e Ferraz (2005, p. 2) trazem um conceito de Psicologia Ambiental:

A Psicologia Ambiental objetiva o estudo das inter-relações pessoa-ambiente, tanto construído quanto natural. Considera também, que a pessoa atua e modifica o ambiente e que o ambiente atua e modifica a pessoa, no sentido de relações mútuas. O termo *pessoa* (grifo do autor) aqui apresentado, visa salientar que as inter-relações ocorrem com o ser humano concreto, com uma história de vida, um contexto cultural, dotado de cognição e afetos, com identidade social e individual.

Segundo Pinheiro e Günther (2008), a Psicologia Ambiental vem se comprometendo em buscar soluções referentes à questão ambiental, principalmente a dificuldade de passar do entendimento ao

---

<sup>1</sup> Cooperativa que reunia consumidores, produtores e servidores em busca de uma alimentação saudável, que comercializava dentro dos princípios de uma economia solidária.

compromisso com a sustentabilidade da vida, estudando como as características do ambiente interagem com as características psicológicas dos sujeitos e que implicação essa inter-relação tem nas representações, na cognição e no comportamento humano. As formas pelas quais o sujeito preserva o próprio espaço e também como mantém o ambiente do outro, passam a ser o ponto chave para o equilíbrio humano.

## IDENTIDADE DE LUGAR E *TOPOFILIA*

A identidade é construída através da interação do sujeito com as pessoas e com o meio em que vive. A partir das vivências constitui seus gostos, valores, enfim, sua subjetividade. A partir disso constitui também a identidade de lugar (*place identity*) que, segundo Nazário (2009, p.70), “consiste no significado que o lugar traz para a vida dos sujeitos e ocorre em relação a um ambiente construído, um elemento natural ou por lembranças vivenciadas em determinado lugar”. A identidade de lugar é constituída através da identidade do sujeito em interação com seu entorno físico e social, estando assim relacionada à percepção e aos vínculos afetivos de determinado indivíduo (MOURÃO; CAVALCANTE, 2017).

A Psicologia Ambiental apresenta o conceito de *topofilia* para designar o sentimento de pertencimento que, juntamente com a apropriação, é constituinte da identidade de lugar. Esse sentimento vai se construindo através dos anos com a permanência em locais que despertam boas memórias, lembranças ou recordações positivas. Para Nazário (2009, p. 70), “sentir-se pertencente ao lugar é se perceber como sendo parte integrante dele. O sentimento de pertença faz o indivíduo perceber o ‘seu’ lugar como sendo ‘o melhor de todos’”. Dessa forma, o entorno da própria casa, o bairro e os vizinhos têm um significado único, que representa segurança e tranquilidade.

Tuan (1980) trata do tema “topofilia” (grifo do autor) como sendo de extrema complexidade, pois não se refere apenas a sensações táteis ou estéticas em relação a certos cenários, trata-se dos laços criados em determinado lugar e das relações afetivas referentes ao lar. Esse sentimento é aprendido através das experiências com outras pessoas e com o meio. Assim, é difícil conceituá-la separadamente do conceito de ambiente. O vínculo com o lugar (*place attachment* ou apego ao lugar) determina o sentimento de pertença. Exige certo tempo para consolidar-se e é desenvolvido aos poucos através do tempo de residência, familiaridade com o local e significado para a própria identidade, de forma que podem desenvolver as mais diferenciadas formas de apego em relação a lugares experienciados pelos mesmos (ELALI; MEDEIROS, 2017). A partir do momento em que se apropria do espaço, o sujeito o transforma em “lugar”. Para Tuan (1983, p.3), “o lugar é segurança e o espaço é liberdade” e “o que começa como espaço indiferenciado transforma-se em lugar à medida que o conhecemos melhor e o dotamos valor”.

Sendo construído através do entorno e relações com outras pessoas, o sentimento de *topofilia* tende a se desenvolver mais dificilmente em ambientes urbanos devido às barreiras criadas pelos prédios de forma a tornar o contato com outras pessoas mais restrito e as relações afetivas se tornarem cada vez mais impessoais. De acordo com Nazário (2009, p. 74), “a vida na cidade verticalizada retirou o homem de seu ambiente natural e limitou suas experiências a lugares construídos”. As cidades, locais que deveriam reunir as pessoas, acabam por afastá-las.

## SUSTENTABILIDADE E EDUCAÇÃO AMBIENTAL

É inerente ao ser humano interagir com outras pessoas, e nessa busca, os sujeitos acabam se apropriando de locais naturais como parques e feiras, ambientes que promovem o contato com a natureza e o convívio com outras pessoas, sem paredes ou muros que separam atuando como ambiente restaurador do equilíbrio individual.

Ao tentarmos entender as relações do ser humano com o meio é necessário enxergá-lo como ser biopsicossocial, dotado de cultura; assim, Vieira (2014) acredita que a ciência moderna se desenvolveu

baseando-se em ignorar o saber dos povos colonizados, separando o ser humano da natureza, criando um paradigma que justificava o progresso e avanços através da exploração dos recursos. Esse paradigma começou a ser desconstruído há pouco, e ainda caminha a passos lentos, a partir da sensação real de que os recursos naturais são realmente findáveis. “A conservação da biodiversidade entra em cena a partir de uma longa reflexão sobre o futuro da humanidade” (SACHS, 2016, p.67). Para este mesmo autor, o desenvolvimento sustentável abrange sete dimensões que são: social (igualdade de acesso a recursos e serviços sociais), cultural (equilíbrio entre respeito à tradição e a inovação), ecológica (preservação do potencial do capital natural e de sua capacidade de renovação e uso adequado dos recursos não-renováveis), ambiental (respeito à capacidade de restauração dos ecossistemas naturais), territorial (melhoria do ambiente urbano e equilíbrio com o meio rural), econômica (desenvolvimento econômico equilibrado e segurança alimentar) e política nacional (democracia) e internacional (controle do uso de recursos renováveis e não-renováveis e configuração da paz pela Organização das Nações Unidas).

O tema sustentabilidade confronta-se com o paradigma da transformação de um planeta, não apenas crescentemente ameaçado, mas também afetado pelos riscos socioambientais e seus danos, é cada vez mais notória a concepção ‘sociedade de risco’. Isto implica na necessidade de se multiplicarem as práticas sociais baseadas no direito de acesso à informação e à educação ambiental (AQUINO et al., 2015, p.131).

Educação é um dos princípios básicos para a mudança em qualquer âmbito. Para Carvalho (2008, p. 51), a educação ambiental “surge da preocupação da sociedade com o futuro da vida e com a qualidade da existência da presente e futuras gerações [...] E está entre as alternativas que visam construir novas maneiras de os grupos sociais se relacionarem com o meio ambiente”.

A mudança para um mundo melhor, começa com a ação de cada sujeito. Essa metamorfose ecológica que se tem em vista não vai partir das políticas públicas, por ordem do Estado. “Assim lança-se a perspectiva do **envolvimento ambiental**, em que o comprometimento de sujeitos preocupados com a atual degradação ambiental, cria condições para que um novo paradigma científico se assente” (VIEIRA, 2015, p. 5018).

Então, são essas relações de mútua influência entre ser humano e meio ambiente que constroem valores e comportamentos. Promover a valorização da terra é cultivar a vida, possibilitando um ambiente mais agradável para cada um e para as futuras gerações.

## AGROECOLOGIA E SUAS RELAÇÕES COM A PSICOLOGIA AMBIENTAL

Podemos citar como extremamente nociva à população, a produção de alimentos de maneira convencional em larga escala. São desmatadas áreas enormes para o plantio de grãos, causando a degradação do solo e do meio ambiente devido ao desmatamento e à produção de única cultura na mesma terra por longo período, poluição da água devido ao uso de agrotóxicos, e desequilíbrio ambiental, como postulam Aquino e Assis (2005, p.51):

A aplicação dessa visão mecanicista e reducionista aos sistemas naturais e especialmente à agricultura, apesar de proporcionarem extraordinários ganhos de produtividade, redução de preços e superávits na produção de alimentos, produziram efeitos negativos, tais como degradação do solo, desperdício e uso exagerado de água, poluição do ambiente, dependência de insumos externos e perda da diversidade genética.

A partir disso, tornou-se necessário valorizar as técnicas de produção, que se baseiam nos pressupostos agroecológicos de desenvolvimento rural sustentável. Segundo Gliessman (2000 apud



CAPORAL 2009, p. 28/29), sob o ponto de vista agroecológico, para que uma cultura seja sustentável deve atender a esses critérios:

a) baixa dependência de *inputs* comerciais; b) uso de recursos renováveis localmente acessíveis; c) utilização dos impactos benéficos ou benignos do meio ambiente local; d) aceitação e/ou tolerância das condições locais, antes que a dependência da intensa alteração ou tentativa de controle sobre o meio ambiente; e) manutenção, a longo prazo, da capacidade produtiva; f) preservação da diversidade biológica e cultural; g) utilização do conhecimento e da cultura da população local; e h) produção de mercadorias para o consumo interno antes de produzir para a exportação.

Pensando nesse tipo de produção, há uma relação de reciprocidade entre o agricultor e o solo de onde tirará seu sustento.

De forma simples e clara, Agroecologia é então, segundo Brasil (2012), um conjunto de técnicas e conceitos que surgiram em meados da década de 1970 que visam a produção de alimentos agropecuários mais saudáveis e naturais, tendo como princípio básico, construir, uma relação racional com os recursos naturais. Mas a Agroecologia vai além disso:

Mais do que simplesmente tratar sobre o manejo ecologicamente responsável dos recursos naturais, constitui-se em um campo do conhecimento científico que, partindo de um enfoque holístico e de uma abordagem sistêmica, pretende contribuir para que as sociedades possam redirecionar o curso alterado da coevolução social e ecológica, nas suas mais diferentes inter-relações e mútua influência (CAPORAL, 2009, p 69).

Assim, o agricultor que produz dentro dos princípios agroecológicos tem nas mãos uma ferramenta que pode melhorar a vida de muitas pessoas, já que sua forma de produção, além de prover melhoras na alimentação contribui também para a qualidade do ambiente dessas pessoas.

É comum, tanto à Agroecologia quanto à Psicologia Ambiental, a postura de que reestruturar o meio ambiente irá melhorar a qualidade de vida do sujeito tanto física quanto psiquicamente. Caporal (2009, p. 70), ao trazer a relação da Agroecologia com a ética acaba a aproximando ainda mais da Psicologia Ambiental:

Ainda que possa parecer demasiado filosófico, nunca é demais enfatizar que a Agroecologia tem como um de seus princípios a questão da ética, tanto no sentido estrito, de uma nova relação com o outro, isto é, entre os seres humanos, como no sentido mais amplo da intervenção humana no meio ambiente. Ou seja, como nossa ação ou omissão pode afetar positiva e/ou negativamente a outras pessoas, aos animais ou à natureza.

Ao fazermos uma junção entre essas duas ciências, podemos aprofundar as pesquisas nos problemas humano-ambientais, a fim de solucioná-los, colocando o tema como prioridade em Psicologia Ambiental e dessa forma melhorar a qualidade de vida da população.

## MÉTODOS

Relatamos aqui uma pesquisa de campo que é qualitativa, por tratar-se da identificação e interpretação de sentimentos e emoções referentes a determinado lugar, no caso, a Feira Ecológica do Menino Deus, localizada na Avenida Getúlio Vargas, bairro Menino Deus, nº1384, na cidade de Porto Alegre, avaliando o sentimento de *topofilia*, e conseqüentemente, a apropriação de lugar.

Preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (GERHARDT e SILVEIRA, 2009).

Define-se como um estudo de caso que é “um objeto de pesquisa restrito com um objetivo de aprofundar-lhe os aspectos característicos. O objeto do estudo de caso pode ser qualquer fato/fenômeno/processo individual ou um de seus aspectos” (SANTOS, 2002, p.31). Trata-se também de uma pesquisa explicativa já que tem o intuito de aprofundar o conhecimento sobre os fatos e explicar sua ocorrência. Para Gil (2008), esse tipo de pesquisa visa identificar fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos, além disso, explica a razão dos fatos estarem ocorrendo.

A pesquisa foi realizada com oito consumidores individualmente, maiores de 18 anos, frequentadores da feira a, no mínimo, seis meses e que se disponibilizaram a preencher e assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

A coleta de dados foi realizada aos sábados e às quartas-feiras, no período e local onde ocorre a feira ecológica. Além disso, foi utilizada a Técnica de Diário de Campo com o objetivo de obter dados e impressões que ainda não tinham sido registrados com a outra técnica.

O principal instrumento de trabalho de observação é o chamado *diário de campo* que nada mais é que um caderninho, uma caderneta, ou um arquivo eletrônico no qual escrevemos todas as informações que não fazem parte do material formal de entrevistas em suas várias modalidades. Respondendo a uma pergunta frequente, as informações escritas do *diário de campo* (grifo do autor) devem ser utilizadas pelo pesquisador quando vai fazer análise qualitativa (MINAYO, 2015, p. 71).

Acreditamos que esta técnica aliada aos Mapas Afetivos enriqueceu a construção do artigo, pois proporcionou dados relevantes para a discussão do trabalho.

## A TÉCNICA DOS MAPAS AFETIVOS

De acordo com as questões que norteiam este estudo, utilizamos uma técnica específica da Psicologia Ambiental em que foi possível identificar os sentimentos e emoções dos participantes, moradores de Porto Alegre, em relação ao espaço da feira. “Investigar sentimentos e emoções do habitante da cidade é um processo difícil de ser operacionalizado, porque emoções e sentimentos não são, normalmente, identificados e nomeados com facilidade” (BOMFIM, 2008, p. 255). Por ser difícil de mensurar sentimentos e emoções, entendeu-se que esta técnica foi apropriada, pois “busca acessar os sentimentos por intermédio de desenhos, metáforas e palavras, direcionando uma compreensão da relação da pessoa com o entorno físico” (FURLANI; BOMFIM, 2010, p. 52).

A técnica foi também adaptada aos objetivos da pesquisa. Para a aplicação, é necessária uma folha em branco, lápis preto, borracha e lápis de cor. Primeiramente pede-se ao entrevistado que faça um desenho que represente seu modo de ver e sentir a feira. Essa etapa facilita a expressão das emoções. Após, pedimos que a pessoa descreva o significado do desenho. O próximo passo consiste em que a pessoa expresse e descreva os sentimentos em relação ao desenho elaborado, mantendo assim, uma relação entre todos os itens anteriores. Depois buscamos que o sujeito descreva palavras sínteses - de uma a seis - provocadas pelo desenho. Em seguida pede-se que fale sobre o que pensa daquele local, buscando fazer uma reflexão mais aprofundada que permita emergir novos sentimentos. Após, há a elaboração de uma metáfora que consiste na comparação da feira com algo, trazendo uma representação mais íntima do local. Por fim, pedimos que o consumidor fale sobre a sua participação dentro da feira.

Através da criação de Mapas Afetivos com os entrevistados, foi possível obter informações que não seriam percebidas utilizando outras técnicas, por tratar-se de um método que estuda a fundo as relações pessoa-ambiente, tendo em vista que o meio faz parte da identidade do sujeito.

Para Goldenberg (2013), a análise dos dados é o momento mais delicado da pesquisa. É o momento que exige maior tempo de reflexão e ainda mais dedicação para que se obtenha o máximo de dados a partir das respostas obtidas.

Os conteúdos vão sendo analisados um a um detalhadamente. “Deve-se analisar comparativamente as diferentes respostas, as ideias novas que aparecem, o que confirma e o que rejeita as hipóteses iniciais, o que estes dados levam a pensar de maneira mais ampla”. (Ibdem, 2013, p. 94).

Para a construção dos Mapas Afetivos contamos com uma parte qualitativa referente à elaboração de desenhos e metáforas em que o participante posteriormente relata seus sentimentos através da escrita.

A inter-relação entre desenho, metáforas e palavras torna possível a compreensão da relação do sujeito com o entorno sociofísico. Segundo Augusto, Feitosa e Bomfim (2016, p. 150):

Derivam desta formulação dos Mapas Afetivos (1) a estrutura do mesmo, se cognitiva, quando o sujeito centra-se em elementos existentes no ambiente físico, ou metafórico, quando o desenho e seu significado fazem relação à comparação do ambiente com uma outra coisa; e (2) as imagens, expressas no sentido do mapa, respaldadas pela base teórica da Psicologia Ambiental.

A partir disso, poderemos entender a relação do sujeito com o ambiente e avaliar se estão presentes sentimentos de pertença ao lugar (*topofilia*) e identidade de lugar. Poderemos compreender a dinâmica do lugar e o grau de importância deste na vida dessa pessoa.

## RESULTADOS

A seguir estão dispostos os Mapas Afetivos construídos através do levantamento relativo aos desenhos que constam ao final do artigo.

Nº 1	Mapa Afetivo (anexo A)
<b>Identificação</b>	Gênero: M Idade: 55 anos Escolaridade/ Profissão: Superior completo/ Artista plástico Tempo que frequenta a feira: 25 anos
<b>Estrutura</b>	Abstrato
<b>Significado</b>	Unidade, ajuda mútua.
<b>Qualidade</b>	Unidade, um todo, saúde, felicidade, harmonia, amizade, cooperação, alimentação saudável.
<b>Sentimento</b>	“Como frequento há muito tempo, conheço bastante pessoas, então já ficou um laço de amizade, já conheço as pessoas, então fica mais do que só uma feira, é um prazer pra mim vir a feira”.
<b>Metáfora</b>	“Eu acho que isso aqui é uma extensão da minha família, já se tornou uma parte assim... Minha mesmo”.
<b>Sentido</b>	A feira é um ambiente acolhedor, um grande grupo que coopera entre si, estreita os laços afetivos e promove saúde e bem estar.

Fonte: produzido pela autora

Nº 2	Mapa Afetivo (anexo B)
<b>Identificação</b>	Gênero: M Idade: 52 anos Escolaridade/ Profissão: Ensino Médio Completo/ Fotógrafo Tempo que frequenta a feira: 15 anos



<b>Estrutura</b>	Abstrato
<b>Significado</b>	“Então a representação pra mim, que eu tentei por aqui é uma coisa, assim... Que é muito mais ampla que a comida, é um lugar que pra mim representa amizade, representa respeito, a luta no caso dos agricultores que precisaram lutar pra conseguir a terra, representa uma coisa bem ampla”.
<b>Qualidade</b>	Amizade, companheirismo, disponibilidade, contato, paz, amor. Proporciona sair do automático. “Se tem um lugar que eu chego e tá tudo certo é aqui, sabe”.
<b>Sentimento</b>	“Meu sentimento em relação a este desenho é um sentimento de carinho e de amor, mas ele é 10%, 15% do que é realmente o meu sentimento em relação a feira entende [...], mas o meu real sentimento, se eu pudesse te dizer ‘ah, esse é o desenho que traduz os meus sentimentos por a feira, que pensei, levei 30 dias pra fazer’ é um sentimento de amor e carinho, o que eu escrevi aqui, de companheirismo de respeito de responsabilidade, de poder ajudar e ser ajudado”.
<b>Metáfora</b>	“Eu digo pra minha companheira que a feira é o meu ioga. Às vezes eu não preciso comprar, mas eu venho igual. Hoje eu não precisaria tá aqui, então sempre tem uma desculpa, uma desdobra pra vir aqui no sábado”.
<b>Sentido</b>	A feira é um espaço de ajuda mútua, baseada no companheirismo e na responsabilidade recíproca entre produtor e consumidor, representando ainda segurança e tranquilidade.

Fonte: produzido pela autora

<b>Nº 3</b>	<b>Mapa Afetivo (anexo C)</b>
<b>Identificação</b>	Gênero: F Idade: 44 anos Escolaridade/ Profissão: Superior completo / Artesã Tempo que frequenta a feira: pouco mais de seis meses
<b>Estrutura</b>	Figurativo
<b>Significado</b>	Relação de proximidade, contato direto com o produtor.
<b>Qualidade</b>	Troca, colaboração, união. resistência, saúde, afeto. “Lugar pra se cultivar relações amorosas, no sentido da fraternidade”.
<b>Sentimento</b>	“O que eu mais acho legal, principalmente em comprar esses produtos diretamente do produtor que é uma experiência que não se tem em nenhum supermercado grande é o contato que a gente tem com o pessoal que produz e conhecer a história de cada um que tá produzindo, como a pessoa chegou ali, a emoção que ela bota naquele trabalho, porque a gente vê que tudo é com carinho, tudo tem uma história pessoal por trás, e eu acho essa troca de pessoas, a energia entre as pessoas é a coisa mais rica, vem junto com o alimento, a gente não compra só o alimento”.
<b>Metáfora</b>	“Eu sou meio suspeita porque eu trabalho com hidromel, com eventos medievais e eu trabalho com a equipe que organiza os eventos em que todos os expositores são muito amigos, muito unidos e eu sinto naquela troca que eu tenho com esses meus colegas uma questão de - parece um resgate, uma coisa antiga, uma cultura afetuosa e eu vejo isso na feira”.
<b>Sentido</b>	A feira remete a uma relação de cordialidade, não apenas de consumo alimentício, mas também de troca de saberes e expansão das relações afetivas. Remete a uma época em que as relações de comercialização eram mais pessoais e afetuosas.

Fonte: produzido pela autora

<b>Nº 4</b>	<b>Mapa Afetivo (anexo D)</b>
<b>Identificação</b>	Gênero: F Idade: 57 anos Escolaridade/ Profissão: Pós Graduada/ Nutricionista Tempo que frequenta a feira: 10 anos
<b>Estrutura</b>	Abstrato

<b>Significado</b>	“Essa feira, ela dá uma determinada esperança porque tudo é tão bruto, tudo é tão racional [...] e aqui é um jeito de desviar dessas coisas, sabe”.
<b>Qualidade</b>	Imaginação, aconchego, natureza, família, alegria, esperança.
<b>Sentimento</b>	“Gosto bastante porque ele é um desenho querido, né, eu gosto desse desenho porque ele coloca a realidade de uma forma macia, de uma forma agradável, até lúdica”.
<b>Metáfora</b>	Um encontro de confraternização.
<b>Sentido</b>	A feira é um lugar aconchegante que reúne amigos de forma leve e descontraída.

Fonte: produzido pela autora

<b>Nº 5</b>	<b>Mapa Afetivo (anexo E):</b>
<b>Identificação</b>	Gênero: F Idade: 30 anos Escolaridade/ Profissão: Superior incompleto Tempo que frequenta a feira: 2,5 anos
<b>Estrutura</b>	Abstrato/ figurativa
<b>Significado</b>	“É como se a feira fosse um portal. Como se tivesse um portal ali na feira, esse arco-íris, que tu entra e parece que sai melhor da feira, sai mais feliz”.
<b>Qualidade</b>	Alimentação, saúde, empatia, cuidado com a vida, energia, contato com o agricultor, relação de cordialidade, disponibilidade para visitar as propriedades dos produtores. “Empatia por parte dos agricultores, pois quando eu tô sem grana eles me dão coisas”. Experiência que não se tem em outras feiras.
<b>Sentimento</b>	“Quando eu tenho dinheiro eu acordo bem feliz pra vir pra feira, porque tu tem o contato com o agricultor, porque o agricultor tem uma energia muito boa, eles tem uma simpatia que contagia”.
<b>Metáfora</b>	Comparo com a Távola Redonda do Rei Artur, pela igualdade, respeito mútuo e amizade.
<b>Sentido</b>	A feira é um outro mundo, uma outra dimensão onde todas as necessidades são supridas: um alimento que vem através da comida e uma nutrição da alma. A metáfora deixa subentendida que trata-se de um espaço de lealdade, respeito e igualdade, tudo isso relacionado aos bons saberes e gentilezas.

Fonte: produzido pela autora

<b>Nº 6</b>	<b>Mapa Afetivo (anexo F)</b>
<b>Identificação</b>	Gênero: F Idade: 65 anos Escolaridade/ Profissão: Pós Graduada/ Psicopedagoga Tempo que frequenta a feira: 25 anos
<b>Estrutura</b>	Abstrato
<b>Significado</b>	“Uma vivência de vida, a cada dia um aprendizado, a cada dia um novo olhar e uma consciência, o que eu quero da minha vida, o que eu vou procurar fazer pela Mãe Terra”.
<b>Qualidade</b>	Felicidade, autoestima, alegria, amor, conhecimento, consciência. Valorização da Mãe Terra.
<b>Sentimento</b>	“Pessoas saudáveis, pessoas felizes, que estão conscientes do que comem e gostam de si. Porque a partir do momento que tu passa a ter uma alimentação sadia, tu gosta de ti mesmo, tem amor a tua vida”.
<b>Metáfora</b>	“Compararia a feira a uma aula de conhecimento”.
<b>Sentido</b>	Frequentar a feira e consumir seus produtos significa um aprendizado constante e uma conexão com a natureza e com o próprio ser.

Fonte: produzido pela autora

<b>Nº 7</b>	<b>Mapa Afetivo (anexo G)</b>
<b>Identificação</b>	Gênero F: Idade: 64 anos Escolaridade/ Profissão: Superior Completo/ Professora Tempo que frequenta a feira: 5 anos
<b>Estrutura</b>	Abstrato
<b>Significado</b>	“No mundo é apenas um pontinho, apenas uma feirinha em Porto Alegre, mas pra quem vem aqui, isso tem um significado muito maior, pra mim transpassa esse ambiente físico, acho que ele é muito mais uma filosofia de vida, uma consciência, uma mentalidade, uma postura frente ao mundo, então, isso que eu quis desenhar assim, que a gente é apenas um pontinho no mundo, que pra nossa importância é grande, mas que contribui pro equilíbrio do meio ambiente, do mundo, enfim, do universo”.
<b>Qualidade</b>	Consciência ecológica, sustentabilidade, família, saúde, responsabilidade social, promoção a saúde, consciência política, incentivo à agricultura familiar.
<b>Sentimento</b>	“É o equilíbrio do meio ambiente com as pessoas, a sustentabilidade, o respeito, a natureza, que deve existir pra que seja um mundo sustentável, pra que seja um universo sustentável, tentar levar uma vida o mais saudável possível”. “Acho que a feira contribui pra isso, é até um fator assim, importante na conscientização, muitas pessoas vêm comprar na feira apenas pra preservar sua saúde, mas é muito mais que isso, eu acho que passa também pela preservação da própria saúde, mas passa também pela preservação do meio ambiente”.
<b>Metáfora</b>	“Eu compararia como uma mãe cuidando dos seus filhos é um pouco disso, uma mãe que cuida dos filhos que busca o melhor pra eles”.
<b>Sentido</b>	A feira é um espaço de promoção de saúde e de consciência ecológica, sendo que o simples fato de compartilhar os alimentos provenientes da feira com entes queridos contribui para a preservação do planeta e conscientização ecológica. Além disso, a feira também é um espaço de reflexão e de consciência política.

Fonte: produzido pela autora

<b>Nº 8</b>	<b>Mapa Afetivo (anexo H)</b>
<b>Identificação</b>	Sexo: M Idade: 51 anos Escolaridade/ Profissão: Superior Completo/ Analista de sistemas Tempo que frequenta a feira: 20 anos
<b>Estrutura</b>	Figurativo
<b>Significado</b>	“Vida, natureza, coisa boa”.
<b>Qualidade</b>	Felicidade, amizade, saúde, vida, alegria, companheirismo. “Curte e aproveita em todas as épocas do ano”. “É aquele programa que parece que tu vai visitar um familiar no sábado”. “Venho sempre na feira. A gente busca só coisas boas”.
<b>Sentimento</b>	“Felicidade. Eu venho há quase 20 anos nessa feira aqui, então a gente sempre aproveitou aí, a feira orgânica, tudo, então é isso aí... Felicidade, saúde, vida”.
<b>Metáfora</b>	“Um jogo do grêmio, o grêmio ganhando de 5x0, é a maior felicidade”.
<b>Sentido</b>	A feira é um momento de lazer que traz grande alegria. O sábado é aguardado com a expectativa de rever pessoas próximas.

Fonte: produzido pela autora

## DISCUSSÃO

A partir da análise das categorias que aparecem de maneira mais significativa no levantamento dos Mapas Afetivos, correlacionaremos com a teoria e com alguns relatos dos participantes registrados no Diário de Campo, buscando corresponder às propostas desta pesquisa. Utilizamos para fins de identificação de falas a letra “P”, referente ao participante, seguido de número - de 1 a 8, conforme de quem se originou.

Percebemos, através do levantamento dos mapas que é unânime entre os entrevistados que a feira tem um significado que transpassa a comercialização de alimentos saudáveis, sendo que para cada uma dessas pessoas tem um sentido particular diretamente ligado à afetividade, como na fala do P1: “Eu acho que isso aqui é uma extensão da minha família, já se tornou uma parte assim, minha mesmo, né, eu sempre tive vontade de ajudar, e no que pude ajudar, sempre ajudei” (informação verbal). A partir disso, identificamos que se trata de um ambiente que propicia, além do estreitamento dos laços afetivos, uma relação de ajuda mútua.

Há um sentimento muito forte em cada um deles, de pertencimento, pelo sentido de proximidade entre as pessoas, de coletividade, circunstâncias propiciadas pela feira. “O sentimento de pertença pode fazer da rua uma extensão da casa e das pessoas do bairro uma segunda família” (NAZÁRIO, 2009, p.70). Dessa forma, entendemos que estes consumidores se apropriaram do lugar, absorvendo-o em seus estilos de vida mais saudáveis, não apenas em função dos alimentos consumidos, mas também pela troca que há entre as pessoas, principalmente na relação produtor/consumidor.

O processo de apropriação do espaço mostra que o ambiente físico é palco para as ações, mas também para a atribuição de significados, o que torna o ambiente/lugar extensão da subjetividade dos indivíduos, dando um sentido especial à existência e impactando a evolução humana enquanto ontogenia [...] Emoções, afetividade e lugar são fundamentais nesse processo (BOMFIM; DELABRIDA; FERREIRA, 2018, p.70).

A partir da apropriação do espaço e do sentimento de pertença se constitui a identidade de lugar que é estabelecida pelo indivíduo “através das características do entorno físico impregnadas no seu consciente e inconsciente, demonstradas através de sentimentos, valores, objetivos, preferências, habilidades e condutas referidas ao entorno específico” (NAZÁRIO, 2009, p. 24).

Percebe-se que este ambiente faz emergir o desejo de retorno a uma época em que as relações eram mais próximas e igualitárias, como as participantes 3 e 5 trazem. P3: “Eu trabalho com eventos medievais e eu trabalho com uma equipe que organiza os eventos em que todos os expositores são muito amigos, muito unidos e eu sinto naquela troca que eu tenho com esses meus colegas uma questão de... Parece um resgate, uma coisa antiga, uma cultura afetuosa e eu vejo isso na feira” (informação verbal). P5: “Então, existe uma ajuda mútua, um respeito mútuo, então eu compararia com a Távola Redonda do Rei Arthur, porque realmente é uma associação que converge, por fim, todos são iguais uns aos outros e isso a gente vê pela reunião que eles [agricultores] fazem” (informação verbal), demonstrando uma necessidade por qualidade de vida, por compartilhamento, fraternidade, afeto, valores estes, que constituem a essência humana e que na atualidade, dentro do cenário da globalização, estão próximos à extinção, acompanhando a precária situação meio-ambiental das grandes cidades. A *Távola Redonda* expõe as pessoas, umas ao lado das outras, remetendo à horizontalidade e à unidade na convivência. Estendendo a compreensão de que, dentro da Psicologia Ambiental “ambiente é um conceito multidimensional, compreendendo o meio físico concreto em que se vive, natural ou construído, o qual é indissociável das condições sociais, econômicas, políticas, culturais e psicológicas daquele contexto específico” (CARVALHO; CAVALCANTE; NÓBREGA, 2017, p. 28) - e como isso afeta as relações interpessoais.

Esta representação dos entrevistados remete a um sentido de comunidade. Ferdinand Tönnies (2002, apud LUCA; BRINEZI; SORRENTINO, 2010, p. 2) afirmou que a “comunidade era o lugar

das relações naturais, não-rationais, baseadas em sentimento, como a amizade ou a vizinhança”. A comunidade seria então baseada no bem comum e em relações de horizontalidade.

O que surge em nossa pesquisa é um sentido de comunidade que remete ao passado ou a um contratempo, explicitando uma série de valores que vêm se perdendo, conforme aumenta o progresso civilizatório.

Hoje, comunidade aparece como a utopia do final do século para enfrentar o processo de globalização, considerado o grande vilão da vida em comum e solidária, mas uma utopia reacionária, saudosista, que, em vez de orientar ações voltadas ao futuro, remete ao passado, como uma espécie de lamento (SAWAIA, 2017, p. 36).

Nesse sentido, dois conceitos se tornam importantes para serem discutidos, que são *Gemeinschaft* (comunidade) e *Gesellschaft* (sociedade), termos do sociólogo alemão Tönnies, que Sawaia (2017, p.40) desenvolve:

*Gemeinschaft* está baseado em três eixos: o sangue, o lugar e o espírito ou o parentesco, a vizinhança e a amizade, respectivamente, sendo o sangue o seu elemento constitutivo e o trabalho e a crença comuns, a sua base de construção. Todos os sentimentos nobres como o amor, a lealdade, a honra, a amizade são emoções de *Gemeinschaft* sendo que na *Gesellschaft* não há nada de positivo do ponto de vista moral. Nela os homens não estão vinculados, mas divididos. Ela aparece na atividade aquisitiva e na ciência racional e sua base é o mercado, a troca e o dinheiro.

As relações comerciais dentro da feira se desenvolvem mais comumente em parâmetros de afetividade como na fala da P5: “Quando tu diz que tá sem dinheiro eles te dão coisas, então também existe uma empatia por parte do agricultor” (informação verbal). E apesar dos participantes 2 e 4 trazerem em seus relatos a ideia de alguns agricultores terem um perfil mais comercial, o que prevalece são os aspectos positivos da feira e o sentimento de unidade.

Mesmo fazendo menção ao passado, o sentido de “comunidade” [grifo nosso] trazido neste trabalho não é tido como algo ultrapassado que impede o progresso de uma sociedade, mas que melhora a qualidade de vida dessas pessoas, enquanto moradoras de uma grande capital.

Os tempos de modernização - o continuum processo da modernidade – centrados na busca de progresso e evolução, ratificaram o capitalismo como sistema predominante na estrutura do social. Essa impressão causou uma série de transformações reflexas à coletividade, dentre elas, a racionalização do indivíduo e do social (ACOSTA, 2014, p. 42).

A percepção que temos em relação à feira é de um refúgio, a garantia de segurança em meio ao caos das grandes cidades, até mesmo uma forma de desviar da “herança da modernidade” [grifo nosso], um lugar onde o mal-estar contemporâneo não se faz presente. Como trazem alguns dos participantes: P1 “Eu acho assim... Essa feira, ela dá uma determinada esperança, porque tudo é tão bruto, tudo é tão racional, tudo é tão... E aqui é um jeito de desviar dessas coisas, sabe?” (informação verbal). P2: “Eu digo pra minha companheira que a feira é o meu ioga. Às vezes eu não preciso comprar, mas eu venho igual. (informação verbal). P5: “É como se tivesse um portal ali na feira, que tu entra [...] e parece que tu sai melhor da feira, sai mais feliz” (informação verbal). Estes aspectos ainda remetem ao mito grego de *Chronos* e *Kairós*, no sentido atribuído a este “portal” (grifo nosso), como um outro tempo intensamente vivido:

Enquanto *Chronos* é a personificação do tempo calculado, aquele subordinado ao relógio e do qual não conseguimos fugir facilmente, *Kairós* é a qualidade do tempo vivido. *Kairós* é o tempo oportuno, que faz um acontecimento ser especial, memorável, não em seus números, mas em sua significância. Apesar de tal oposição, essas personagens jamais se anulam e na compreensão



da presença contínua de ambos em nosso modo de habitar o mundo abrem-se as margens para um tempo cronologicamente kairológico: um momento único e oportuno (*Kairós*) localizado em nossa rotina massificante (*Chronos*). A ressignificação do tempo observado é absorvida pela eternidade em pequenos pontos atemporais (PEDRONI, 2014, p. 246).

De acordo com Chassot e Camargo (2015, p. 64), “enquanto *Chronos* é objetivo, *Kairós* é subjetivo. Enquanto um limita, o outro liberta”. A partir dessa perspectiva, a feira é um dos pontos atemporais da vida contemporânea, permitindo aos consumidores saírem do modo automático e adentrarem em um espaço/tempo muito mais vivencial do que cronológico.

Além disso, temos a feira como um movimento que direciona à consciência ambiental que promove a sustentabilidade, como bastante frisado pela P8, da qual fizemos alguns recortes: “O meu sábado é muito dedicado a vir fazer a feira, lavar a feira, cozinhar pras crianças, só tem uma criança, mas assim, pra cozinhar pra família, no sentido de me tornar um elo entre as pessoas que não vêm na feira e a feira, né, e com o tempo elas passam a valorizar também mesmo que seja por receber a comida, por receber as coisas eu acho que elas passam a criar uma certa consciência. [...] A gente é apenas um pontinho no mundo, que pra nossa importância é grande, mas que contribui pro equilíbrio do meio ambiente, do mundo, enfim, do universo” (informação verbal). Assim, o simples fato de comprar na feira e compartilhar esses alimentos atua como efeito disseminador da consciência ecológica. “O ideal de uma sociedade sustentável não está apenas no empenho de governos e grandes corporações, mesmo que a eles se delegue uma responsabilidade expressiva, mas principalmente no empenho de cada um dos indivíduos do planeta” (HIGUCHI; PATO, 2018, p. 222).

Sustentabilidade é toda ação destinada a manter as condições energéticas, informacionais, físico-químicas que sustentam todos os seres, especialmente a Terra viva, a comunidade de vida e a vida humana, visando sua continuidade e ainda atender as necessidades da geração presente e das futuras, de tal forma que o capital natural seja mantido e enriquecido em sua capacidade de regeneração, reprodução e coevolução (BOFF, 2012, p. 107).

Através da partilha desses alimentos com familiares e pessoas próximas é estabelecida uma relação de cuidado e de respeito com a vida e com a natureza, como nas falas do P1: “Eu tenho quatro filhos, o mais velho tem 35 anos e nenhum teve problema de saúde até hoje; então, pra mim é super importante isso que é investir em alimento em vez de remédio” (informação verbal) e P2: “A partir do momento em que eu me desloco da minha casa e venho conversar com cada produtor que ama a natureza, que protege a sua vida e que produz pra mim, eu vejo como um conhecimento meu [...] A feira me traz, a cada dia que passa, a valorização da Mãe Terra” (informação verbal). É uma relação de cuidado, empatia e gratidão produtor/consumidor/ambiente que se retroalimenta e se expande.

O contato direto com o produtor e a disponibilidade deste em receber o consumidor em sua propriedade estabelece um elo de confiança entre as partes como trazido pela P5: “Eu olho no olho deles, eu sei que são eles que produzem, sei que não tem veneno, eles disponibilizam pra que, se eu quiser, eu ir na propriedade deles; então, é uma relação que se estabelece de cordialidade” (informação verbal). P8: “Conheço praticamente todos os feirantes, tomo chimarrão com o C., converso com o D., já fui na casa dele lá, já vi onde é que ele planta” (informação verbal). O participante 2 citou a “fraude do leite” [grifo nosso], o que reforça a importância de saber o que se está comendo, que se tratam de alimentos sem conservantes, sem agrotóxicos e sendo assim, não agridem a saúde nem o meio ambiente. O mesmo também cita um episódio que aconteceu dentro da própria feira, em que o produtor perdeu seu espaço de venda, ressaltando a importância dos próprios produtores se unirem e fiscalizarem uns aos outros, no sentido de manter a credibilidade da feira e o compromisso com a qualidade dos alimentos para os consumidores.

A feira é um antídoto ao envenenamento dos alimentos e da toxidade das relações dos grandes aglomerados humanos e o descuido com as pessoas. Por fim, o que é percebido é o sentimento de apoio à causa dos agricultores, um espaço em que se constrói consciência política, não no sentido partidário, mas no sentido da resistência dos pequenos produtores que lutam constantemente para conseguir espaço diante do agronegócio e levar comida saudável para a população portoalegrense.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retomando as questões que nortearam esta pesquisa, usamo-las como fios condutores para nossas considerações. No que se refere à feira como forma de educação ambiental, acreditamos estar contribuindo, pois envolve pessoas que estão preocupadas, não apenas com a própria saúde, mas também com as questões ambientais e com o futuro da humanidade. Há uma relação que começa com a comercialização de alimentos orgânicos e se expande ao convívio com pessoas que nunca teriam a oportunidade de discutir se não através dessa intermediação. A partir da troca de experiências e junção de saberes amplia-se a consciência e entendimento sobre a vida em sua totalidade; dessa forma, a feira é uma ponte que liga o campo à cidade e promove a valorização da terra e dos agricultores e essa relação se materializa como movimento ecológico, pois “se caracteriza pela compreensão holística do mundo e defende a construção de relações ambientalmente justas com a natureza e entre os seres humanos” (CARVALHO, 2008, p.40).

É ainda uma questão de comprometimento e responsabilidade que ultrapassam a vida privada, promovem a consciência política e ecológica, pois vai muito além de consumir para si mesmo, é uma conduta que demonstra, pelas palavras deles, muito mais que uma atitude individualista, pois está extremamente ligada à ideia de compartilhar e expandir essas ações pró-ambientais. E é a partir da construção de saberes formada em função disso que se dá a aproximação dos consumidores com a natureza, e consequentemente com o próprio ser, devido ao significado que estas pessoas dão para a feira como um todo e a forma como essa ressignificação provoca uma reflexão sobre as crenças e valores da sociedade globalizada.

A feira consiste em uma prática sustentável, sendo capaz de direcionar a um novo modo de vida mais saudável por suprir as necessidades tanto nutricionais quanto emocionais dos frequentadores. Pelas suas falas, os consumidores acreditam estar contribuindo para um mundo mais sustentável através da compra diretamente com o produtor, pois essa prática fortalece a agricultura familiar e consequentemente preserva a “Mãe Terra” (grifo nosso). Para Boff (2012, p.14), sustentabilidade fundamentalmente significa:

O conjunto dos processos e ações que se destinam a manter a vitalidade e a integralidade da Mãe Terra, a preservação de seus ecossistemas com todos os elementos físicos, químicos e ecológicos que possibilitam a existência e a reprodução da vida, o atendimento das necessidades da presente e das futuras gerações, e a continuidade, a expansão e a realização das potencialidades da civilização humana em suas várias expressões.

O comprometimento com estas questões e com a feira em si é tamanho que percebemos um vínculo muito forte entre os consumidores e este local. Dentro dos conceitos próprios da Psicologia Ambiental, podemos avaliar o vínculo afetivo entre os consumidores e este lugar através dos conceitos de identidade de lugar, apropriação, *topofilia* e territorialidade.

Ao produzir um espaço para viver e expressar suas socialidades, as pessoas ou grupos controlam o acesso entre os ‘de dentro’ e ‘os de fora’ a uma área (ambiente físico) por eles ocupada. Ao mesmo tempo em que se delimitam os usos sociais ali possíveis, o senso de apropriação e o apego ao lugar vão se constituindo. Esses processos de vivências promovem,

por sua vez, as características de pertencimento e identidade de lugares, as quais são parte integrante das territorialidades existentes no ordenamento do espaço (RABINO-VICH, 2004 apud HIGUCHI; THEODOROVITZ, 2018, p.229).

Todos esses conceitos estão interligados e são dessa forma experienciados, constituindo o sentimento de pertença. Para Tuan (1980, p. 129), “o meio ambiente pode não ser a causa direta da *topofilia*, mas fornece o estímulo sensorial que, ao agir como imagem percebida dá forma às nossas alegrias e ideais”; assim, a afetividade em relação à feira se dá através da reciprocidade entre ambiente/consumidor/agricultor, pois une pessoas com objetivos em comum fortalecendo as relações dentro e fora da feira, promovendo a qualidade de vida desses sujeitos e fomentando, cada vez mais, a ida frequente à feira.

A necessidade de se libertar do estilo de vida contemporâneo também é sentida, uma vez que são resgatados diversos valores que remetem ao sentimento de comunidade como uma forma de desacelerar da rotina e adentrar no *Kairós*. Dessa forma, o significado que é atribuído à feira é de um exílio da sociedade liquefeita, representando assim, a diversidade no seu sentido mais amplo, celebrando a vida em todas suas peculiaridades.

O aumento do número de feiras orgânicas dentro da cidade de Porto Alegre, mostra a necessidade e a importância que se tem dado a essa prática, e que os cortes exorbitantes na agricultura familiar não impediram a expansão desse movimento pelo coletivo, de modo que continua a se perpetuar num ato de consciência ecológica.

Este estudo põe em evidência os ganhos e as perdas da globalização. Se por um lado ganhamos no sentido da revolução tecnológica, da facilidade de acesso à informação, da mobilidade, notamos também a exploração desenfreada dos recursos naturais finitos, do estímulo ao consumo, da superprodução de alimentos não saudáveis, enfim, dos princípios capitalistas levados ao extremo no Brasil que pensa muito em lucro e pouco em vida. A aceleração do mundo pós-moderno requer que tudo esteja instantaneamente em nossas mãos e essa falta de tempo cobra um preço muito alto para a população. Nesse ritmo, produziremos para quem? Deixamos este questionamento para que possamos refletir acerca dessa sociedade cada vez mais individualista e excludente e as consequências que isto tem nos trazido, porque, pelo paradigma ecológico, existimos numa imensa teia de relações, e a separatividade é apenas uma ilusão.

## REFERÊNCIAS

- ACOSTA, Jorge A. M. *A Herança da Modernidade nos Conflitos e a Mediação como o Encontro com o Outro*. **Redes - Revista eletrônica Direito e Sociedade**, Canoas, vol. 2, n. 2, nov. 2014. Disponível em: <<https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/redes/article/view/1817/1302>>. Acesso em: 02 novembro 2018.
- AQUINO, Afonso R. et al. **Sustentabilidade Ambiental**. 1. ed. Rio de Janeiro: Rede Sirius; OUERJ, 2015. 167 p.
- AQUINO, Adriana Maria de; ASSIS, Renato Linhares de. **Agroecologia: Princípios e Técnicas para uma Agricultura Orgânica Sustentável**. 1. ed., Brasília: Embrapa Informação Tecnológica, 2005. 48p.
- AUGUSTO, Diego Menezes; FEITOSA, Maria Zelfa de Souza; BOMFIM, Zulmira Áurea Cruz. A Utilização dos Mapas Afetivos como Possibilidade de Leitura do Território no CRAS. **Estudos interdisciplinares em psicologia**, Londrina, v. 7, n. 1, jun. 2016. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/eip/article/view/23636>>. Acesso em: 02 out 2018.
- BASSANI, Marlise A.; SILVEIRA, Miguel Ângelo da; FERRAZ, José Maria Gusman. **Desenvolvimento Rural Sustentável: Utilização de Conhecimentos da Psicologia Ambiental em Diagnósticos Participativos**. EMBRAPA Meio Ambiente, Jaguariúna – SC, Dez. 2005. Disponível em: <[http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/recursos/Ferraz\\_desenvolvimentoID-UemnArpnPV.pdf](http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/recursos/Ferraz_desenvolvimentoID-UemnArpnPV.pdf)>. Acesso em: 22 de set. de 2018.
- BOFF, Leonardo. **Sustentabilidade: O que é – O que não é**. Petrópolis - RJ: Vozes, 2012, 200p.
- BOMFIM, Zulmira Áurea Cruz (Org.). Afetividade e Ambiente Urbano: Uma Proposta Metodológica pelos Mapas Afetivos. In: PINHEIRO, José de Queiroz; GÜNTHER, Hartmut. **Métodos de Pesquisa nos Estudos Pessoa-Ambiente**. 1. ed., São Paulo: Casa do Psicólogo e All Books, 2008. Cap. 8. p. 253-280.
- BOMFIM, Zulmira Áurea Cruz; DELABRIDA, Zenith Nara Costa; FERREIRA, Karla Patrícia Martins. Emoções e Afetividade Ambiental. In.: CAVALCANTE, Sylvia. ELALI, Gleice A. (orgs.). **Psicologia Ambiental: Conceitos para a Leitura da Relação Pessoa-Ambiente**. Petrópolis - RJ: Vozes, 2018, p. 60-76.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. **Agroecologia**. Itabuma - BA, 2012. Disponível em: <[http://www.ceplac.gov.br/paginas/publicacoes/paginas/cartilhas\\_tecnicas/cartilhas/CT\\_06.pdf](http://www.ceplac.gov.br/paginas/publicacoes/paginas/cartilhas_tecnicas/cartilhas/CT_06.pdf)>. Acesso em: 20 outubro 2018.
- CAPORAL, Francisco Roberto. **Agroecologia: uma ciência do campo da complexidade**. Brasília, 2009.
- CARVALHO, Isabel Cristina de Moura. **Educação ambiental: a formação do sujeito ecológico**. São Paulo: 3. ed Cortez. 2008. 256 p.
- CARVALHO, Mara Ignez C.; CAVALCANTE, Sylvia; NÓBREGA, Lana Mara Andrade. Ambiente. In.: CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleice A (Orgs). **Temas Básicos em Psicologia Ambiental**. 1. ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2017, p. 28 - 43.
- CHASSOT, Attico Inácio; CAMARGO, Camila Guidini. A Interculturalidade e as Intempéries de Chronos e Kairós: Sobre Tempos Indígenas e não Indígenas na Universidade. **Revista Pedagógica**, Chapecó - SC, v. 17, n. 34, jan/abr, 2015. Disponível em: <<http://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/pedagogica/article/view/2918/1675>>. Acesso em: 03 nov 2018.
- ELALI, Gleice Azambuja; MEDEIROS, Sama Thaís F.. Apego ao lugar (Vínculo com o lugar – Place attachment). In.: CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleice A (Orgs). **Temas básicos em psicologia ambiental**. 1. ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2017, p. 53-69.
- FURLANI, Daniela Dias. BOMFIM, Zulmira Áurea Cruz. **Juventude e afetividade: tecendo projetos de vida pela construção dos mapas afetivos**. **Psicologia & Sociedade**. Fortaleza, V. 22 p. 50-59, 2010. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/psoc/v22n1/v22n1a07.pdf>>. Acesso em: 10 novembro 2018.
- GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. 1ª ed., Porto Alegre: UFRGS, 2009. 120 p. Disponível em <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 22 outubro 2018.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª edição, São Paulo: Atlas, 2008. 200 p.
- GOLDENBERG, Miriam. **A Arte de Pesquisar: Como Fazer Pesquisa Qualitativa em Ciências Sociais**. 8ª edição, Rio de Janeiro: Record, 2013. 107 p.

- GUISSO, Sandra Maria; MENANDRO, Paulo Rogério Meira. Educação ambiental e psicologia ambiental: uma dialética necessária. **Caderno de prod. Acad. Cient-Progr.** Pós-grad. Educ., Vitória – ES. V.18, n. 2, jul/dez. 2012.
- HIGUCHI, Maria Inês Gaspareto; PATO, Claudia Marcia Lyra. Sustentabilidade. In.: CAVALCANTE, Sylvia. ELALI, Gleice A. (orgs.). **Psicologia Ambiental: Conceitos para a Leitura da Relação Pessoa-Ambiente**. Petrópolis – RJ: Vozes, 2018, p. 217-227.
- HIGUCHI, Maria Inês Gaspareto; THEODOROVITZ, Igor José. Territorialidade. In.: CAVALCANTE, Sylvia. ELALI, Gleice A. (orgs.). **Psicologia Ambiental: Conceitos para a Leitura da Relação Pessoa-Ambiente**. Petrópolis – RJ: Vozes, 2018, p. 228 - 236.
- LUCA, Andréa Quirino; BRINEZI, Thaís; SORRENTINO, Marcos. *O Conceito de 'Comunidade' na Educação Ambiental. V Encontro Nacional da Anppas, Florianópolis, 2010. Disponível em <<http://anppas.org.br/encontro5/cd/artigos/GT6-179-112-20100902100727.pdf>>. Acesso em: 02 nov 2018.*
- MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade**. 34ª ed., Petrópolis: vozes, 2015. 108 p.
- MOURÃO, Ada Raquel Teixeira; CAVALCANTE, Sylvia. Identidade de lugar. In.: CAVALCANTE, Sylvia; ELALI, Gleice A (Orgs.). **Temas Básicos em Psicologia Ambiental**. 1. ed., Petrópolis, RJ: Vozes, 2017. p. 208-216.
- NAZÁRIO, Tatiane Gomes. **O Homem e seu Entorno Sociofísico** - um Estudo sobre o Processo de Morar e Habitar de Moradores de Edifício Residenciais na Cidade de Criciúma - sc. 2009. 258 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Ambientais), Programa de Pós-Graduação em Ciências Ambientais, Universidade do Extremo Sul Catarinense, Criciúma - SC, 2009
- PEDRONI, Fabiana. Chronos e Kairós: determinações poéticas para o tempo vivido. **Revista do Colóquio de Arte e Pesquisa do PPGA-UFES**, São Paulo, v.3, n. 6, jun. 2014. Disponível em: <[periodicos.ufes.br/colartes/article/download/7724/5526](http://periodicos.ufes.br/colartes/article/download/7724/5526)>. Acesso em: 2 nov 2018.
- PINHEIRO, José de Queiroz; GÜNTHER, Hartmut. **Métodos de Pesquisa nos Estudos Pessoa-Ambiente**. 1. ed., 2008, São Paulo: Casa do Psicólogo e All Books. 396 p.
- SACHS, Ignacy. **Caminhos para o desenvolvimento sustentável**. 3ª ed., Rio de Janeiro: Garamond, 2016. 95 p.
- SANTOS, Antônio Raimundo. **Metodologia científica, a construção do conhecimento**. 5. ed., Rio de Janeiro: DP&A, 2002. 168 p.
- SAWAIA, Bader Burihan. Comunidade: a Apropriação Científica de um Conceito Tão Antigo quanto a Humanidade. In.: CAMPOS, Regina Helena de Freitas (org.). **Psicologia Social Comunitária – da Solidariedade à autonomia**. 20ª ed., Petrópolis: vozes, 2017, p. 35 -53.
- TUAN, Yi-fu. **Topofilia. Um Estudo da Percepção, Atitudes e Valores do Meio Ambiente**. São Paulo: Difel, 1980. 288p.
- TUAN, Yi-fu. **Espaço e lugar. A perspectiva da experiência**. São Paulo: Difel, 1983. 249 p.
- VIEIRA, Fabio Pessoa. Por um envolvimento na educação ambiental. **Educação Temática Digital**, Campinas - SP, v. 16, n. 3, 2014. Disponível em: <<http://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/viewFile/1305/1320>>. Acesso em: 29 setembro 2018.
- VIEIRA, Fabio Pessoa. Uma abordagem fenomenológica na educação ambiental: percepções sobre sustentabilidade. In.: XI encontro nacional da ANPEGE, 2015. **Anais do XI ENANPEGE**. Tocantinópolis, TO: ENANPEGE, 2015. p. 5012-5023.



<b>Histórico</b>	Submissão: 04/04/2019 Revisão: 25/05/2019 Aceite: 01/06/2019
<b>Contribuição</b>	Concepção: GMV, ASK Coleta de dados: GMV Análise de dados: GMV, ASK Elaboração do manuscrito: GMV, ASK Revisões críticas de conteúdo intelectual importante: GMV, ASK Aprovação final do manuscrito: GMV, ASK
<b>Financiamento</b>	Não houve financiamento.
<b>Aprovação, ética e consentimento</b>	O estudo foi aprovado pela Secretaria da Agricultura (local onde ocorre a feira), além disso, cada participante assinou um termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) devidamente aprovado pelo Comitê de Ética e Pesquisa em Seres Humanos da Universidade Luterana do Brasil.