



FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ:
UMA METAMORFOSE DOS SENTIDOS OU UM CALEIDOSCÓPIO DE
IMAGINAÇÕES? POR QUE NÃO DESIGN?

Laura de Souza Cota Carvalho

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, COPPE, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Júnior

Rio de Janeiro

Junho de 2011

FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ:
UMA METAMORFOSE DOS SENTIDOS OU UM CALEIDOSCÓPIO DE
IMAGINAÇÕES? POR QUE NÃO DESIGN?

Laura de Souza Cota Carvalho

DISSERTAÇÃO SUBMETIDA AO CORPO DOCENTE DO INSTITUTO ALBERTO
LUIZ COIMBRA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA DE ENGENHARIA
(COPPE) DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO COMO PARTE
DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS PARA A OBTENÇÃO DO GRAU DE MESTRE
EM CIÊNCIAS EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO.

Examinada por:

Prof. Roberto dos Santos Bartholo Júnior, D.Sc.

Prof. Francisco José de Castro Moura Duarte, D.Sc.

Prof. Alfredo Jefferson de Oliveira, D.Sc.

Profa. Andréa Franco Pereira, D.Sc.

RIO DE JANEIRO, RJ - BRASIL

JUNHO DE 2011

Carvalho, Laura de Souza Cota

Feira Agroecológica da UFRJ: uma metamorfose dos sentidos ou um caleidoscópio de imaginações? por que não design? / Laura de Souza Cota Carvalho. – Rio de Janeiro: UFRJ/COPPE, 2011.

X, 118 p.: il.; 29,7 cm.

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Júnior

Dissertação (mestrado) – UFRJ/ COPPE/ Programa de Engenharia de Produção, 2011.

Referências Bibliográficas: p. 112-116.

1. Design de serviços. 2. Agricultura familiar orgânica.
3. Feira Agroecológica da UFRJ. I. Bartholo Júnior, Roberto dos Santos. II. Universidade Federal do Rio de Janeiro, COPPE, Programa de Engenharia de Produção. III. Título.

Foi o tempo que dedicaste à tua rosa que a fez tão importante
Antoine de Saint-Exupéry

AGRADECIMENTO

A própria vida é um grande caleidoscópio no qual estamos imersos junto a tantas outras pecinhas (pessoas) e espelhos, em um jogo de reflexões.

A todo o momento temos a possibilidade de encontrar novas peças no meio do caminho.

E, às vezes, um pequeno movimento muda tudo, ou muita coisa.

Decidir pelo Rio, de mar e montanhas, e não apenas o de montanhas, foi um desses pequenos movimentos que permiti mudar, encontrar.

Agradeço de coração a todos daqui e de lá que se tornam importantes na construção dessa nova imagem do meu caleidoscópio.

Em especial aos que me permitiram entender que se pode (vi)ver a vida por outro ângulo e que se pode (re)desenhar o caminho a todo instante.

Resumo da Dissertação apresentada à COPPE/UFRJ como parte dos requisitos necessários para a obtenção do grau de Mestre em Ciências (M.Sc.)

FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ:
UMA METAMORFOSE DOS SENTIDOS OU UM CALEIDOSCÓPIO DE
IMAGINAÇÕES? POR QUE NÃO DESIGN?

Laura de Souza Cota Carvalho

Junho/2011

Orientador: Roberto dos Santos Bartholo Júnior

Programa: Engenharia de Produção

Este trabalho tem como seu foco de atenção a Feira Agroecológica da UFRJ, instalada no *campus* da Cidade Universitária da Ilha do Fundão em abril de 2010. Ele se apóia sobre um marco referencial teórico no qual se destacam formulações de três autores, Buber, Rorty e Flusser, direcionando-as para uma reflexão sobre a agricultura familiar orgânica e o papel do *design* de serviços no mundo contemporâneo. O trabalho se realizou como um exercício de imaginação e (re)descrição de padrões relacionais, referidos ao caso concreto das formas de comercialização de alimentos, numa compreensão abrangente que inclui modos interpessoais de relação e redes de informações. Utiliza-se a teoria desses autores para reafirmar que a agricultura familiar pode ser entendida como um negócio e como tal pode ter seus serviços e produtos (re)desenhados. Nossa reflexão quer estar a serviço da proposição de possibilidades projetuais que contribuam para realizar as potencialidades da Feira enquanto espaço de sabores e saberes, comercialização e aprendizagem, num renovado redesenho de um caleidoscópio de infinitas combinações.

Abstract of Dissertation presented to COPPE/UFRJ as a partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science (M.Sc.)

AGROECOLOGICAL FAIR OF UFRJ: A METAMORPHOSIS OF SENSES OR A
KALEIDOSCOPE OF IMAGINATIONS? WHY NOT DESIGN?

Laura de Souza Cota Carvalho

June/2011

Advisor: Roberto dos Santos Bartholo Júnior

Department: Production Engineering

This dissertation focuses on the Agroecological Fair of the Federal University of Rio de Janeiro, installed at the University Campus of Fundão Island on April 2010. Employing the authors Buber, Rorty and Flusser as theoretical background, we present a reflection on organic family farm and how some concepts and methods of service design in the contemporary world can be applied to improve this fair. This work was conducted as an exercise of imagination and (re)description of relational patterns, referred to the case of the forms of food marketing, which includes a comprehensive understanding of modes of interpersonal relationships and information network. We argue that family farm can be understood as a business, consequently their services and products can be designed. Our thought aims to serve the proposition of project possibilities that help realize the potential of the Fair as a space of knowledge and flavors, marketing and learning, in a new redesign of a kaleidoscope of endless combinations.

SUMÁRIO

EPÍLOGO	
IMAGINAÇÕES DE CRIANÇA.....	1
CAPÍTULO 1	
UM NOVO CALEIDOSCÓPIO	9
Por que esse caleidoscópio?	11
Mas o que falta?	13
Questões de pesquisa.....	14
Objetivos	15
Como analisar esse caleidoscópio?	16
CAPÍTULO 2	
DE ONDE VÊM AS PEÇAS DESSE CALEIDOSCÓPIO?	19
Uma busca por tentar romper com a lógica estabelecida	22
CAPÍTULO 3	
NÃO HÁ MAIS ESPAÇO PARA APENAS UM OLHAR	33
CAPÍTULO 4	
COMO ANALISAR ESSE JOGO DE PEÇAS E ESPELHOS?.....	37
CAPÍTULO 5	
TUDO CALEIDOSCÓPIO É IGUAL?.....	42
De onde observo esse caleidoscópio	48
CAPÍTULO 6	
HISTÓRIA DA FEIRA	61
CAPÍTULO 7	
METAMORFOSEAR SENTIDOS OU IMAGINAR CALEIDOSCÓPIOS?	97
CAPÍTULO 8	
REFLEXÕES	108
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	112
ANEXOS	
ANEXO 1 - MODELO DE ROMANEIO	117
ANEXO 2 – MOÇÃO CONCEDIDA À FEIRA	118

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: <i>Relativity</i> , Obra do artista M.C. Escher de julho de 1953	3
Figura 2: Terra Madre Brasil 2010 Fonte: arquivo pessoal da autora.....	12
Figura 3: Feira Agroecológica da UFRJ – dia de lançamento das barracas próprias Fonte: arquivo da Agência UFRJ de Inovação.....	13
Figura 4: O que é e como se aplica o <i>design thinking</i> Fonte: BROWN, 2010.....	17
Figura 5: Níveis macro, médio e micro de pesquisa Fonte: elaborado pela autora	20
Figura 6: Perspectiva multi-nível.....	22
Figura 7: Participação da agricultura familiar Fonte: MDA, 2009, p.3	29
Figura 8: Pessoas ocupadas por área total Fonte: MDA, 2009, p.12	29
Figura 9: Fatores ligados ao problema de comercialização da agricultura familiar Fonte: elaborado pela autora.....	31
Figura 10: Etapas de pesquisa Fonte: Adaptado pela autora a partir de d.school, 2010 (http://dschool.stanford.edu/)	39
Figura 11: Combinação de qualificadores relacionais.....	51
Figura 12: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Rede Ecológica Fonte: elaborado pela autora	54
Figura 13: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Unacoop Fonte: elaborado pela autora	54
Figura 14: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Rede Ecológica Fonte: elaborado pela autora	55
Figura 15: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Unacoop Fonte: elaborado pela autora	55
Figura 16: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Feira Agroecológica Itinerante da Prohort Fonte: elaborado pela autora	57
Figura 17: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Mercearia Paraopeba Fonte: elaborado pela autora.....	57
Figura 18: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Feira Agroecológica Itinerante da Prohort Fonte: elaborado pela autora	58
Figura 19: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Mercearia Paraopeba Fonte: elaborado pela autora.....	58

Figura 20: Localização da Feira no <i>campus</i> da Cidade Universitária da UFRJ.....	66
Figura 21: Sede atual do Restaurante Universitário da UFRJ Fonte: Arquivos do RU	67
Figura 22: I Encontro de Sabores e Saberes – UFRJ Fonte: arquivo da Agência de Inovação da UFRJ.....	77
Figura 23: Agricultores da Feira Agroecológica UFRJ.....	80
Figura 24: Grupos de produtores que participam da Feira Agroecológica da UFRJ Fonte: elaborado pela autora.....	81
Figura 25: Feira Agroecológica da UFPB.....	81
Figura 26: Feiras de orgânicos na cidade do Rio de Janeiro Fonte: elaborado pela autora	82
Figura 27: Feira Agroecológica da UFRJ no <i>hall</i> do RU em seus primeiros meses Fonte: Grupo Capim Limão.....	83
Figura 28: lançamento oficial da Feira Agroecológica da UFRJ Fonte: arquivo da Agência UFRJ de Inovação	87
Figura 29: Selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica	89
Figura 30: Organização da produção	91
Figura 31: Tipo de comercialização realizado na Feira da UFRJ	92
Figura 32: Qualificadores e modos relacionais na Feira da UFRJ.....	93
Figura 33: Desenho atual da Feira da UFRJ.....	101
Figura 34: Barracas da Feira da UFRJ (à esquerda as alugadas, e à direita as projetadas e adquiridas).....	101
Figura 35: Desenvolvimento de identidade visual da Feira da UFRJ.....	102
Figura 36: Possibilidade de novo desenho para a Feira	104
Figura 37: Visita de alunos de Empreendedorismo à propriedade de uma agricultora de Nova Iguaçu	107

EPÍLOGO

IMAGINAÇÕES DE CRIANÇA

Não haverá borboletas se a vida não passar por longas e silenciosas metamorfoses (RUBEM ALVES).

Quando criança uma das minhas distrações preferidas era um caleidoscópio¹, presente de uma querida tia-avó. Encantava-me a mágica de formar (imaginar) aquelas flores perfeitas, infinitamente repetidas. Brincava de formá-las e colocá-las sob luminosidades diferentes. A intensidade da luz dava o tom da imagem, como um pano de fundo.

Nessa brincadeira, passava horas girando aquilo para um lado e para o outro, querendo que as figuras se repetissem, me esforçando para que minha irmã ou meu irmão vissem as lindas flores que tinham acabado de se formar. Chamava-os correndo e entregava o caleidoscópio quase como um objeto sagrado, com movimentos suaves, e ansiosa perguntava:

– O que você está vendo?

Sempre crente de que eles descreveriam exatamente o que eu acabara de ver, logo vinha minha decepção. Era sempre diferente... Para confirmar, perguntava:

– Você tem certeza?

Foi assim por alguns anos...

Só mais tarde entendi que em determinados momentos, por um motivo ou outro, compreendemos que deixamos de ser crianças. Para mim isso aconteceu quando, depois de anos, reencontrei meu caleidoscópio. Ansiosa, olhei pelo pequeno orifício. Para minha surpresa o que havia lá dentro já não eram mais as belas flores, mas pequenos cacos de vidro. Como poderia? Caco de vidro!?! Esforcei-me para ver as flores novamente, mas não conseguia. Meus olhos já me não permitiam mais vê-las.

Via apenas os cacos. O amarelo, reconheci pela textura, era de uma lanterna de carro. Fiquei indignada. Haviam me dado um objeto mentiroso! Não havia mágica nenhuma. Tudo não passava de um jogo. Um jogo de espelhos. (Seria isso tão ruim assim?).

¹ O nome "caleidoscópio" deriva das palavras gregas *καλός* (*kalos*), "belo, bonito", *εἶδος* (*eidōs*), "imagem, figura", e *σκοπέω* (*scopeo*), "olhar (para), observar".

Imediatamente me frustrei. Queria continuar a ver apenas as belas flores! Mas, ao mesmo tempo compreendi que não era mais possível. Agora eu conseguia ver aquilo de outra maneira, via o “real” e o “imaginário”, alternava entre os dois. Era como se observasse um quadro de Escher (Figura 1), onde o olhar, perdido, vagueia pela tela, sem saber onde começam ou terminam as figuras, buscando encontrar o “real” e o “imaginário”.

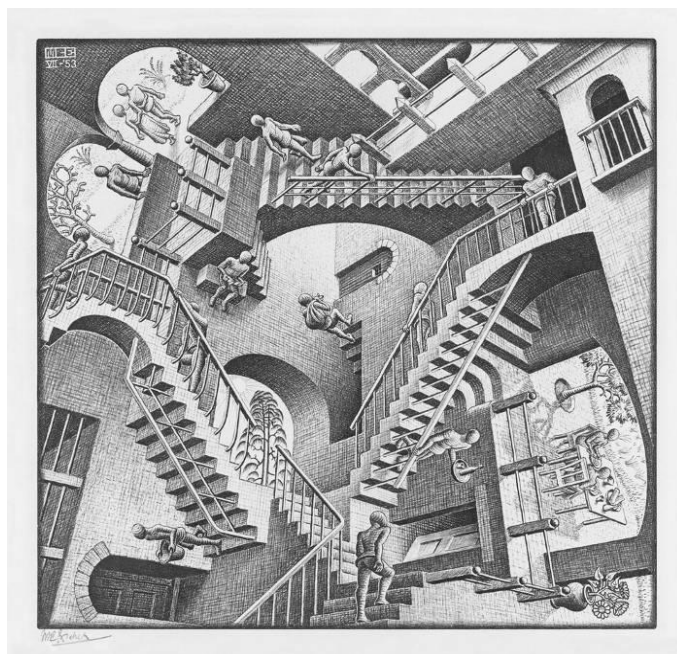


Figura 1: *Relativity*, Obra do artista M.C. Escher de julho de 1953

Fonte: www.mcescher.com

Com o tempo, entendi que “há momento para tudo, e tempo certo para cada coisa”². Não era mais uma questão de julgar minha nova maneira de ver como pior ou melhor, era apenas diferente. Ela havia se reinventado. Compreendi que o tempo tinha me permitido essa metamorfose do olhar.

Passei anos acreditando que meus irmãos realmente nunca tivessem visto um dos desenhos que havia se formado em minhas mãos enquanto brincava com o caleidoscópio. Foi somente durante o mestrado que retomei esse pensamento e compreendi que talvez não fosse bem isso. Mas o que o caleidoscópio tinha a ver com meu mestrado?

² Eclesiastes, cap.3, v.1

Ao longo do curso, minha pesquisa foi sendo desenhada dentro do universo da alimentação e entre diversas possibilidades de estudo decidi pelo caso da Feira Agroecológica³ da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), composta por agricultores familiares⁴ do estado do Rio de Janeiro. Naquele momento, abril de 2010, a Feira havia acabado de se instalar no *campus* da Cidade Universitária da ilha do Fundão e me chamava a atenção pela maneira como ia sendo criada e se desenvolvia. Era uma nova experiência para a comunidade do *campus*, para os agricultores familiares envolvidos e para aqueles que se propuseram a organizar a iniciativa – professores e corpo técnico da universidade.

Inicialmente, a Feira foi instalada no *hall* do Restaurante Universitário Edson Luís de Lima Souto (RU), sendo realizada todas as quintas-feiras no intervalo de dez horas da manhã às quatro horas da tarde. A Feira foi se fazendo aos poucos, a cada semana. Com alguns meses de existência, ganhou um anexo no *hall* do prédio da Reitoria e mais tarde teve sua estrutura do *hall* do RU transferida para o *hall* do Centro de Ciências da Saúde (CCS).

O objetivo da Feira era, e ainda é, fazer da UFRJ um pólo de consumo e venda de orgânicos da agricultura familiar através do comércio direto⁵. Pretende ser uma inovação social⁶, ao permitir um “encontro de sabores e saberes”, e não ser simplesmente um local de atividades mercantis. Constrói-se, assim, como um jogo de imagens, de peças e espelhos, de encontros e desencontros, de discursos e de diálogos.

³ “Agroecologia é um campo de conhecimento transdisciplinar que contém os princípios teóricos e metodológicos básicos para possibilitar o desenho e o manejo de agroecossistemas sustentáveis e, além disso, contribuir para a conservação da agrobiodiversidade e da biodiversidade em geral, assim como dos demais recursos naturais e meios de vida” (EMBRAPA, 2006, p. 26).

⁴ Pequenos empreendedores rurais caracterizados pelo uso de mão-de-obra predominantemente familiar, pelo tamanho de suas propriedades e pela origem da renda familiar majoritariamente provinda dessa atividade.

⁵ “Para a legislação brasileira, a venda direta é aquela que acontece entre o produtor e o consumidor final sem intermediários. A lei [...] aceita que a venda seja feita por um outro produtor ou membro da família que participe da produção [...]” (BRASIL, 2008a, p.9)

⁶ “As inovações sociais em geral referem-se a novas estratégias, conceitos e métodos para atender necessidades sociais dos mais diversos tipos (seus campos de aplicação são os mais variados, condições de trabalho, lazer, educação, saúde, etc.). As inovações sociais referem-se tanto a processos sociais de inovação como a inovações de interesse social, como também ao empreendedorismo de interesse social como suporte da ação inovadora” (BARTHOLO, 2008).

Nesse cenário, delimitei como tema deste trabalho a ação do *design* em empreendimentos da agricultura familiar orgânica, usando como caso de estudo a Feira Agroecológica da UFRJ. O objetivo final era conseguir entender como o *design* poderia ajudar a identificar maneiras possíveis da universidade atuar na viabilização da Feira como um espaço de sabores (negócio) e saberes (aprendizagem).

Antes mesmo de decidir por este caso, passei a frequentar a Feira e suas reuniões nos finais das tardes de quinta-feira. Com o convívio, identifiquei três tipos de atores envolvidos na Feira: organizadores, agricultores e consumidores. E aqui entra a história do caleidoscópio.

Quando meus irmãos me contavam a figura que viam formada no caleidoscópio eles talvez até vissem o mesmo desenho que eu, mas a descrição que faziam era diferente. Eles descreviam com seus olhos, com suas percepções e não com a minha. Compreendi ali que o caso da Feira não era diferente.

A cada pessoa que conversava ouvia uma versão para a mesma história, ou seja, havia várias histórias (narrativas) para única história, a da Feira. Ainda que fossem atores classificados por mim como do mesmo tipo, as descrições que faziam eram diferentes. Cada um via a Feira e a descrevia de uma maneira singular. Por mais que me contassem a mesma história, ao contar cada um imprimia seu olhar, sua vivência. E assim, a Feira foi se construindo para mim e para outros como um lugar de encontro e não apenas de passagem, compra ou troca mercantil. Tornou-se lugar de pessoas outras, de histórias e histórias outras, de encontro face-a-face, de cumplicidade, de multiplicidade.

Assim, ela já não era mais uma única *história*, havia se permitido ser (re)inventada. Construía-se a partir de *várias histórias* e não apenas por uma que vedasse as outras narrativas. E esse era um dos fatos que me motivavam cada vez mais a estudar aquele caso, pois ele se afastava em vários aspectos do “perigo da história única”⁷, se

⁷ Conferência proferida pela nigeriana Chimamanda Adichie no TEDGlobal 2009 que pode ser acessada através do link: http://video.ted.com/talks/podcast/ChimamandaAdichie_2009G.mp4.

configurando como um lugar rico em informações e em diversidade. Um campo fértil para o *design*⁸.

Histórias únicas tentam se firmar como A verdade das verdades e nos fazem crer que existe apenas um caminho, uma única maneira de contar uma história. Mas, sob à perspectiva *rortyana*, é importante entender que “o mundo existe, mas não as descrições do mundo” (RORTY, 2007, p.28), pois “a verdade é uma propriedade das frases” (RORTY, 2007, p.53) e as frases dependem de vocabulários, que por sua vez, são criações humanas. Assim, a Feira, ao se permitir ser (re)descrita de maneiras diversas se consolida como espaço de diálogo, tentando se afastar de discursos prontos e estabelecidos.

Nas palavras de Flusser (2009, p.72), “a conversação produz conhecimento”, mas “o problema do conhecimento é, no fundo, um problema de tradução” (FLUSSER, 2009, p.73), de adequação de linguagem. E essa não é uma tarefa fácil. Estar aberto ao diálogo é um exercício de reconhecer a alteridade e de aceitar a vulnerabilidade diante do outro. Na Feira esse compromisso em manter o diálogo em detrimento do discurso tem se demonstrado, muitas vezes, como um trabalho árduo para os envolvidos com a iniciativa, ainda mais se levarmos em conta que cada um desses envolvidos vem de uma área diferente do conhecimento.

Retomando ao caleidoscópio, no caso da Feira, diferente de quando era criança, agora tinha certeza que o desenho do caleidoscópio mudava ao mudar de mãos. Como objeto vivo, em construção, “a feira ainda não é” (informação verbal)⁹, mas se (re)desenha a cada dia. Assim, ainda que conversasse com as mesmas pessoas várias vezes sempre ouvia informações diferentes. Havia sempre um novo detalhe, uma nova realidade.

Percebi então que a Feira poderia ser descrita como um grande caleidoscópio. Todo ator envolvido na história seria “caco de vidro” e espelho ao mesmo tempo. Cada pessoa

⁸ Segundo *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID), “design é uma atividade criativa cuja finalidade é estabelecer as qualidades multifacetadas de objetos, processos, serviços e seus sistemas, compreendendo todo seu ciclo de vida. Portanto, design é o fator central da humanização inovadora de tecnologias e o fator crucial para o intercâmbio econômico e cultural” (www.icsid.org).

⁹ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

reflete e é refletida pelas outras, possibilitando a formação de um jogo de imagens. Esse jogo de reflexões é jogo de diálogo, de troca, de alteridade.

Tentando montar a figura que se formava com esses tantos pedaços e espelhos, compreendi que o tal caleidoscópio é mesmo um conjunto de pecinhas. Mas, mais do que isso, as tais peças só fazem sentido e ganham valor quando vistas em conjunto e refletidas pelos espelhos.

Isoladas ou sem os espelhos que possam refleti-las, as peças não dizem nada. Não são. No caso da Feira, sem a consolidação do grupo ela não é.

Além disso, esse jogo de formas e cores depende também da luminosidade do ambiente. A luz dá o tom à imagem, é seu pano de fundo, é a cultura, o contexto de cada uma das pessoas envolvidas nessa história que pretendo (re)descrever. Mas esteja aberto, porque afinal “uma re-descrição não é uma tentativa de afirmar ‘a descrição certa’, mas sim um empenho por dissolver problemas, re-tecendo nossos modos correntes de expressão num novo vocabulário” (BARTHOLLO, 2008). Em síntese, é “um método de filosofar que não se baseia na cuidadosa argumentação de um vocabulário ‘cristalizado’. O que se requer é sim a habilidade de mostrar como as coisas podem se apresentar, ser rearranjadas e colocadas sob uma outra luz” (BARTHOLLO, 2008).

Convido-lhe a ser criança por alguns instantes novamente, a pegar este caleidoscópio e girar. Acredito que imaginarás uma imagem ainda diversa da que vi e tentei descrever. Mas o desafio talvez não seja fazer o outro ver a mesma figura que vi, mas estar aberto a ouvir novas descrições dessa mesma figura.

O trabalho que se segue usa esse exercício de (re)descrição, a partir da metáfora do caleidoscópio, como artifício para analisar o caso da Feira da UFRJ. Tem como objetivo apontar novos desenhos possíveis que contribuam para a efetivação dessa iniciativa a partir do uso de metodologias de *design* em conjunto com conhecimentos da engenharia de produção. Utiliza, para isso, a potencialidade da Universidade enquanto lugar aberto ao encontro e que pode promover o diálogo e não impor “histórias únicas”.

A estrutura do trabalho é composta por oito capítulos organizados da seguinte maneira:

- Capítulo 1: apresenta uma introdução ao assunto tratado e ao objeto de estudo deste trabalho, além de apontar para a metodologia utilizada.
- Capítulo 2: diz respeito a uma revisão de literatura e apresenta conceitos fundamentais para esta dissertação e um panorama geral sobre alimentos, agricultura e agricultura familiar orgânica.
- Capítulo 3: configura-se como uma justificativa à realização deste trabalho e apresenta dois grandes autores que serviram como fio condutor para a construção do pensamento aqui desenvolvido, os filósofos Vilém Flusser e Richard Rorty.
- Capítulo 4: trata da metodologia abordada.
- Capítulo 5: apresenta uma reflexão sobre comércio direto e intermediação, a partir da proposição de novos qualificadores de redes de comercialização de alimentos. Tais qualificadores buscam avaliar os modos relacionais predominantes em diferentes formas de comercialização, e estão baseados nos modos relacionais (eu-tu e eu-isso) propostos por Martin Buber.
- Capítulo 6: aborda o caso da Feira Agroecológica da UFRJ, trazendo um panorama de toda sua história.
- Capítulo 7: tenta responder à pergunta de partida deste trabalho, a partir de uma análise de pontos fortes e fracos da Feira, apresentando projetos já desenvolvidos e em desenvolvimento e novas proposições.
- Capítulo 8: apresenta reflexões a cerca do trabalho desenvolvido.

CAPÍTULO 1

UM NOVO CALEIDOSCÓPIO

...que a importância de uma coisa não se mede com fita métrica nem com balanças nem barômetros etc. Que a importância de uma coisa há que ser medida pelo encantamento que a coisa produza em nós.

(MANOEL DE BARROS)

Tem coisas que fazem bem a alma fazer... Poder ajudar a alimentar a crença de alguém em algo bom ou contribuir para que um sonho se torne realidade são exemplos disso. Mas, às vezes, essas coisas são difíceis de descrever, de relatar.

Quando comecei a escrever este trabalho, os arquivos no computador tinham sempre nomes como divagações ou devaneios. E, no fundo, não passavam disso. Escrevia minhas impressões e compreensões do que ia lendo, ouvindo, dizendo. Sem amarras, sem receitas, sem certo e errado, apenas descrevia.

Por algum tempo acreditei que esses textos não passavam disso mesmo, devaneios, divagações, e não serviriam para nada. Estava certa de que havia *UMA* verdade a ser descoberta e relatada a partir de todo aquele cenário que vivenciava. Esse pensamento ainda sobrevivia por ignorar, até aquele momento, o pensamento *rortyano*.

Conhecer Rorty através de “Contingência, ironia e solidariedade” no meio dessa trajetória me permitiu analisar tudo isso de outra maneira. Suas idéias de que as verdades não são descobertas, mas criadas pelo homem, talvez não cheguem a transformar a maneira como se vive, mas insufla a reflexão, estimula o filosofar.

Para reforçar as idéias desse autor, que já havia alterado o desenho do meu trabalho, me foi apresentada “A dúvida” de Vilém Flusser. Nessa obra, o autor diz: “para ser real, tudo precisa aceitar a forma de sujeito, ou objeto, ou predicado de uma frase” (2009, p. 51). E vai além, afirma que “a limitação do intelecto é dada pela estrutura da língua” (2009, p. 57). Ou seja, o limite de leitura do mundo é dado pela nossa capacidade de construir frases, de escrever nossas realidades.

Em síntese, ler esses autores foi como abrir uma janela desconhecida por onde ainda não havia olhado o mundo. Através dela foi possível ver velhas coisas de maneira nova. Foi quando me deparei com algumas palavras de Martin Buber que descreviam exatamente o que quero dizer:

[...] não tenho nenhuma doutrina. Apenas aponto para algo. Aponto para a realidade, aponto para alguma coisa na realidade que não tinha sido vista, ou o tinha sido muito pouco. Tomo quem me ouve pela mão e o encaminho à janela. Abro a janela e aponto para o que está lá fora. Não tenho nenhuma doutrina, mas mantenho uma conversação (BUBER, *Replies to my Critics*, in P.A. Schilpp e M. Friedman, *The*

Philosophy of Martin Buber, op. cit., p.693, *apud* BARTHOLO,2001, p. 13).

Abrir essa janela é um ato de fé. É acreditar que se possa buscar novas soluções para antigos problemas. Foi olhando através dela que compreendi que pesquisas não buscam verdades. Não há verdade a ser descoberta. Entretanto, “dizer que a verdade não está dada é simplesmente dizer que, onde não há frases, não há verdades, que as frases são componentes das línguas humanas, e que as línguas humanas são criações humanas” (RORTY, 2007, p.28).

Pesquisas, ao invés de descobrirem verdades, criam novos discursos ou reforçam discursos antigos. Isso não significa dizer que não exista verdade alguma. O que muda aqui é o lugar onde colocamos essas verdades. Ao invés de estarem no mundo, dadas, elas passam a estar nos discursos, e como tais, são criações humanas.

Olhando sob a perspectiva que Rorty apresenta entendi o quão ingênua tinha sido ao considerar que meus escritos iniciais não serviriam para nada. Na realidade eles já faziam parte de um grande exercício de descrever e re-descrever histórias. Exercício esse que implica em “jogar com diversas descrições de um mesmo evento sem perguntar qual delas” está certa. É antes um “instrumento, e não uma afirmação de se haver descoberto a essência” (RORTY, 2007, p.83). Esse método “[...] consiste em descrever uma porção de coisas de maneiras novas, até criar um padrão de conduta lingüística que tente a geração em ascensão a adotá-la, com isso fazendo-a buscar novas formas apropriadas de comportamento não lingüístico – por exemplo, a adoção de um novo equipamento científico ou de novas instituições sociais” (RORTY, 2007, p.34).

Por que esse caleidoscópio?

Poderia dizer que a escolha da Feira Agroecológica da UFRJ foi um exercício de garimpo. Inicialmente, considerei que seria possível trabalhar uma solução genérica para um dos grandes problemas da agricultura familiar orgânica no Brasil, como o transporte, por exemplo. Mas, conversando com pessoas de diferentes lugares compreendi que cada história se desenha da sua maneira e não seria pertinente pensar em uma solução genérica para situações tão distintas. Nas palavras de Jonh Thackara

(2008, p.126) “[...] seria um erro procurar uma alternativa totalmente abrangente, ponderosa e universal para solucionar os problemas que enfrentamos”.

O marco dessa constatação se deu no evento Terra Madre Brasil (Figura 2), encontro nacional do movimento *Slow Food*¹⁰, realizado entre os dias 19 e 22 de março de 2010 em Brasília.



Figura 2: Terra Madre Brasil 2010

Fonte: arquivo pessoal da autora

O evento contou com a participação de agricultores, gastrônomos, professores, associados e convidados, representantes de todas as regiões do Brasil. A diversidade de pessoas ali presentes abertas ao diálogo me permitiu o encontro face-a-face com realidades de vários lugares do país. A cada conversa com uma dessas pessoas detectava que por mais que me relatassem problemas semelhantes havia sempre uma particularidade muito própria, uma maneira de contar a história que revelava um pouco da própria pessoa e sua cultura.

Nessa experiência ficou claro o jogo da diversidade e da semelhança. Ao mesmo tempo em que percebia a diversidade do olhar, das descrições que ouvia de pessoas de regiões similares ou distantes, havia também muita semelhança em cada uma dessas histórias, nos problemas relatados, nos anseios.

¹⁰ “Organização internacional, mantida por seus associados e que criou e desenvolve uma série de ações e entidades estruturais que colaboram na implantação de seus projetos. Atualmente conta com mais de 100.000 membros e tem escritórios na Itália, Alemanha, Suíça, Estados Unidos, França, Japão e Reino Unido, e apoiadores em 132 países” (SLOW FOOD, 2010).

Voltando a Rorty, compreendi que as coisas podem ser entendidas como uma questão de olhar ou de como enxergamos o nosso entorno. Ao longo dos anos, adquirimos a capacidade de olhar a mesma coisa de maneiras diferentes. É como se descobríssemos aos poucos cada um dos *eus* que existe no meu *eu*. Um eu “que é uma trama de contingências, e não um sistema ao menos potencialmente bem ordenado de faculdades” (RORTY, 2007, p.71).

Diante dessas constatações, decidi pela Feira Agroecológica da UFRJ (Figura 3), localizada na Cidade Universitária da Ilha do Fundão. Minha decisão apoiou-se sobre a possibilidade do encontro face-a-face com a pessoa do *outro*, por sua abertura ao diálogo e pela possibilidade real de contribuir para alguma mudança. Como designer, comecei então o trabalho de compreender onde a disciplina do *design* poderia atuar. Qual experiência poderia desenhar ou melhorar. Como poderia pensar o espaço da Universidade para desenhar / promover algo novo para o *campus* em si e para aqueles agricultores.

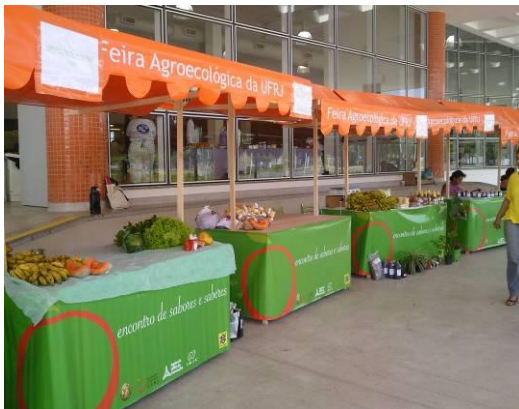


Figura 3: Feira Agroecológica da UFRJ – dia de lançamento das barracas próprias
Fonte: arquivo da Agência UFRJ de Inovação

Mas o que falta?

Como um empreendimento novo, iniciado em abril de 2010, a Feira Agroecológica da UFRJ ainda encontra-se em construção. Como tal, ainda enfrenta problemas e fragilidades na busca por se efetivar como um lugar de “encontros de sabores e saberes”.

Apesar de sua proposta inovadora, enquanto negócio a Feira ainda mantém um modelo tradicional, não se diferenciando das demais feiras estabelecidas no Rio de Janeiro. Diante disso, o problema aqui explorado é: como a universidade pode *atuar* para efetivação da Feira, contribuindo para a resolução de seus problemas? Sem desconsiderar que, a Feira, enquanto serviço, nasce em um momento de transição tecnológica, social e mercadológica no que se refere ao tipo de alimentação adotada pela sociedade, no qual conceitos e paradigmas, inclusive financeiros de viabilidade, estão sendo construídos.

Para responder à essa pergunta, analiso a Feira sob a perspectiva (discurso) de que a agricultura familiar pode ser vista com um negócio, e como tal, pode ser pensada e observada de outra maneira. Quando abro essa janela não estou mostrando *A verdade*, mas um discurso corrente, uma forma de ver algo. Com essa premissa, o objetivo deste trabalho é propor novos desenhos / possibilidades que contribuam para consolidação da Feira. Utilizo para isso o exercício de (re)descrição para olhar as coisas de outra maneira, na busca por novas soluções para problemas antigos .

Questões de pesquisa

A dúvida é um estado de espírito polivalente. Pode significar o fim de uma fé, ou pode significar o começo de uma outra (FLUSSER, 2009, p.19)

Antes deste trabalho se transformar em uma história de olhares, de caleidoscópio e imagens, ele tinha como objetivo responder a questão: “como o *Design* em conjunto com a Engenharia de Produção pode contribuir para a resolução de problemas relacionados à comercialização da agricultura familiar orgânica?”. Mas isso foi no início.

Quando compreendi as metamorfoses que a Feira estava sofrendo e imprimindo no ambiente ao seu redor, a Universidade, passei a buscar um resposta para outra questão. Interessou-me a partir daquele momento compreender “quais são os dilemas e conflitos de uma inovação social como a Feira Agroecológica da UFRJ em tentar se viabilizar como um negócio?”.

Inevitavelmente, a partir do meu olhar, a busca por essa resposta esteve atrelada ao *design*, e seu caráter projetual, e ao discurso em que acredito, que a agricultura familiar pode ser entendida como um negócio. Tornaram-se, então, recorrentes e latentes outras duas questões, que se tornaram questões orientadoras deste trabalho junto à pergunta de partida: i) “como a Universidade poderia atuar em problemas da Feira” e ii) “como a feira pode ser um bom modelo (desenho) de negócio para escoar a produção da agricultura familiar?”.

Pensando em modelos que buscam fortalecer economias locais, torna-se imperativo refletir sobre novas metodologias de intervenção do *design* e da engenharia de produção em processos de produção artesanal, que são, por natureza, diferentes daqueles da produção industrial. Como defendido por Zaoual (2006, p.28), é importante que projetos nesse sentido, não se tornem “‘projéteis’, atirados nos sítios acerca dos quais não se dispõe de visões de dentro, por causa de se ter sempre suposto que os atores locais são ‘idiotas’ e que precisam aprender a agir segundo uma racionalidade decretada superior e científica”.

Objetivos

A partir das questões levantadas, delimito como objetivo geral deste trabalho estudar o caso da Feira Agroecológica da UFRJ e sua pertinência, a partir do relato dos atores envolvidos no processo; e propor novos desenhos para problemas da Feira, que contribuíssem para sua efetivação como pólo de comercialização de orgânicos no *campus* universitário da UFRJ.

Dentro desse cenário, tornaram-se objetivos específicos:

- i. Compreender a perspectiva de cada um dos atores envolvidos na Feira Agroecológica da UFRJ – organizadores, produtores e consumidores;
- ii. Elencar os principais problemas enfrentados por cada um desses atores;
- iii. Pesquisar possíveis soluções já existentes para problemas similares;
- iv. Propor um novo desenho para um dos problemas elencados.

Como analisar esse caleidoscópio?

O grande desafio deste trabalho é exercer a solidariedade, é conseguir ver agricultores como um de nós. Nas palavras de Rorty (2007, p.322), “devemos estar atentos às pessoas marginalizadas – às pessoas em que ainda pensamos, instintivamente, como ‘eles’, em vez de ‘nós’”. Na perspectiva desse autor, a solidariedade está atrelada à uma ampliação do nosso senso de comunidade, é “a capacidade de pensar em pessoas extremamente diferentes de nós como incluídas na gama do ‘nós’” (RORTY, 2007, p.316).

Sob esse olhar, a solidariedade só faz sentido se você percebe o sofrimento do outro e deseja eliminar a crueldade de uma relação. Nas palavras de Bartholo (2008):

É nossa humana capacidade de imaginação que nos habilita a ver outras pessoas como alguém que podia ser eu. É um posicionamento imaginado que me permite ver o mundo com outros olhos, percebendo nessa visão outras verdades. Nesse processo não descobrimos solidariedade, mas sim a criamos, pela ampliação e aprofundamento de nosso senso de comunidade para com as necessidades e sofrimentos de estranhos, de pessoas a quem verdadeiramente não conhecemos. E esta sensibilidade é também a experiência de um limite: o reconhecimento de que a crueldade é a pior coisa que podemos fazer. Evitar a crueldade e conceber outras pessoas como um de nós é uma realização que depende de nossa sensibilidade para descrições feitas por pessoas que nos sejam estranhas servirem como insumos de re-descrições de quem nós somos.

No caso da agricultura, assim como outras atividades, ela é fonte de subsistência e renda para os produtores. Desse modo, a relação que se estabelece, ainda que não se queira, é de negócio, e enxergar isso é trazer um pouco de dignidade para aqueles que vivem dessa atividade. É mudar a relação que temos com ‘eles’, tornando-os um de ‘nós’. É mudar o modo como os vemos.

Por outro lado, dizer que a agricultura é um negócio abre espaço para que ela possa ser (re)desenhada. Dessa maneira, a Feira, como projeto ainda em construção, se constitui como um campo fértil para o *design*, que por seu caráter projetual pode ser utilizado para desenhar novas propostas e intervenções. O *design*, por sua vez, como algo que nasce na contingência, se torna uma ferramenta útil para resolver problemas.

Compreendendo, assim, o *design* como um modo de pensar que visa resolver problemas, adotei as etapas propostas pela metodologia de *design thinking* (Figura 4)

para analisar o caso escolhido e propor desenhos. Tal metodologia se assemelha a várias outras metodologias de *design*, mas se diferencia por propor um esquema de retroalimentações em suas etapas, na tentativa de definir claramente o problema trabalhado e minimizar problemas em cadeia. A partir dessa metodologia, além de estudar sobre o assunto, emergi em uma experiência de vivenciar o dia-a-dia da Feira, observando e conversando com os atores envolvidos – organizadores, agricultores e consumidores.

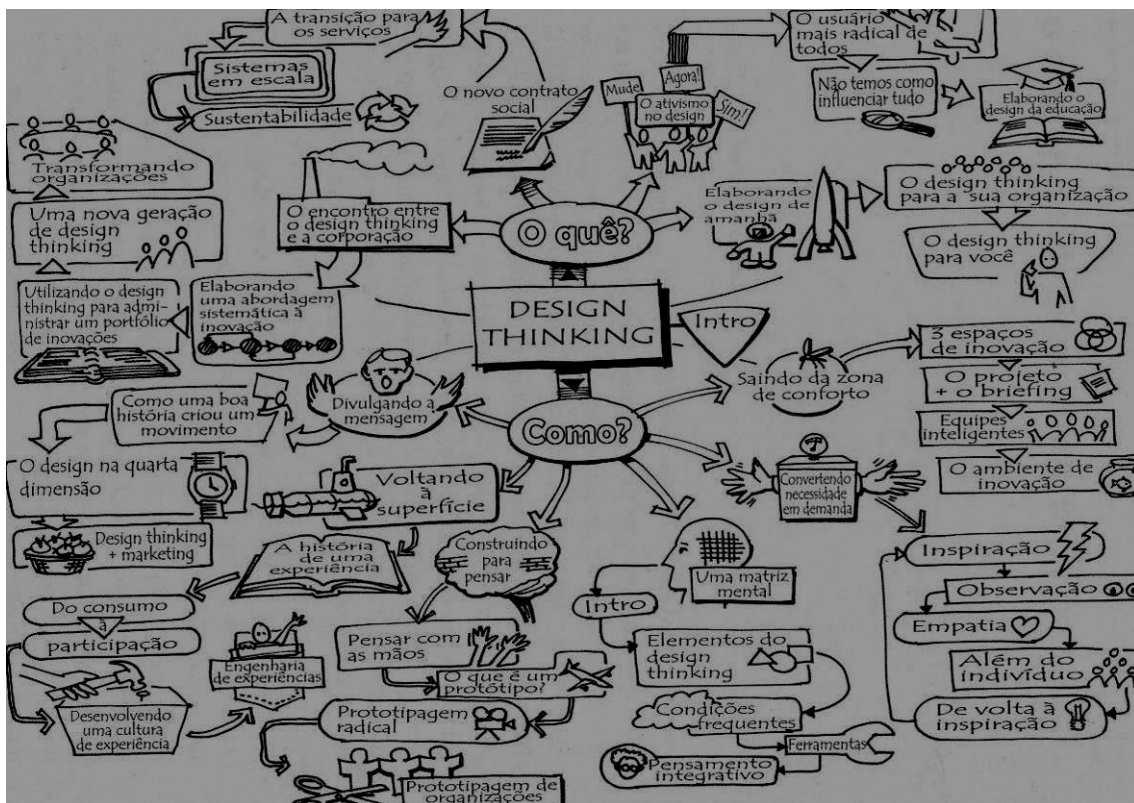


Figura 4: O que é e como se aplica o *design thinking*
 Fonte: BROWN, 2010

Esse exercício se aproxima do que Rorty diz sobre as idéias de Platão. Segundo Rorty (2007, p.264), Platão “achava que ‘conhecer o bem’ era uma questão de apreender uma idéia geral, quando, na verdade, conhecer o bem é apenas intuir o que importa para outras pessoas, qual é sua imagem do bem”. Ou seja, o convívio com os integrantes da Feira não tinha como objetivo descobrir A história da Feira, mas compreender como ela era percebida por cada um e como poderia ser (re)desenhada.

Era uma questão de compreender os tantos olhares e aspectos diferentes levantando para um único objeto. Nesse sentido, cada ator tornou-se importante e único naquele processo. Formava-se um novo caleidoscópio.

De repente, passei a imaginar cada uma daquelas pessoas, que nunca haviam se visto e estavam juntas tentando construir uma coisa em comum – a Feira da UFRJ, como peças de um caleidoscópio. No começo, ainda sem um projeto sólido, as figuras que se formavam nesse conjunto eram um pouco disformes. Mas, os espelhos trazem a possibilidade de reflexão (refletir, projetar) e com o tempo, com sua institucionalização, as figuras vão se tornando mais claras, mais projetáveis, projetadas.

CAPÍTULO 2

DE ONDE VÊM AS PEÇAS DESSE CALEIDOSCÓPIO?

O passado é o “conversado”, o presente é o “conversando-se” e o futuro é o “a conversar” (FLUSSER, 2009, p.71).

Antes de decidir o caminho por onde passaria para realizar este trabalho, como abordaria o caso da Feira, foi preciso pesquisar e estudar o universo no qual estava me inserindo. Para tanto, dividi e analisei o tema em três níveis: macro, médio e micro (Figura 5). Ou seja, fez-se necessário entender melhor conceitos como alimento, agricultura, orgânicos, agricultura familiar, agroecologia, entre outros que compõe o jogo imagético do tal caleidoscópio.

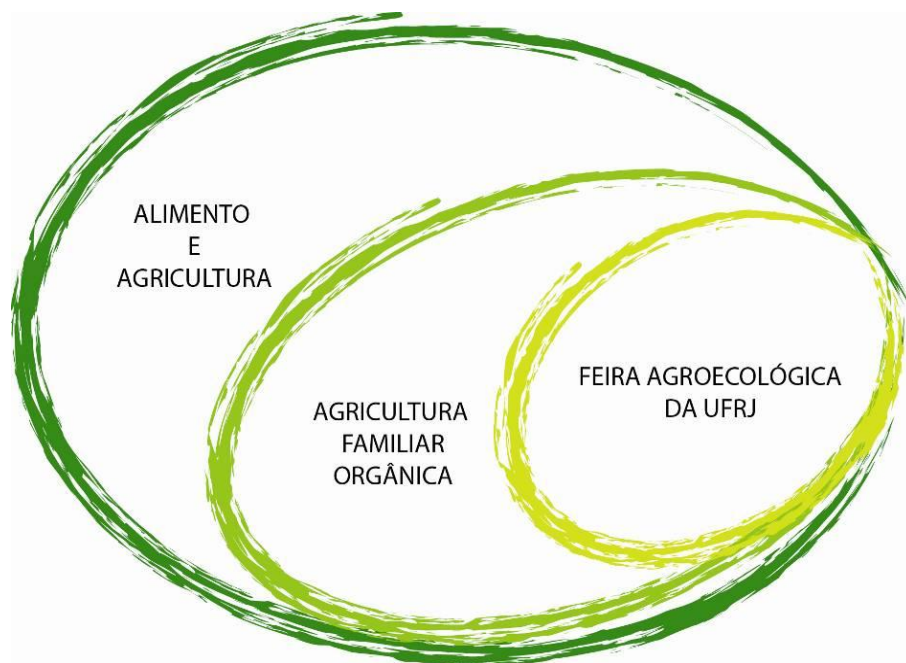


Figura 5: Níveis macro, médio e micro de pesquisa
Fonte: elaborado pela autora

Com o objetivo de situar-lhes melhor quanto ao tema deste trabalho, nas próximas páginas deixarei o caleidoscópio um pouco de lado e nos aprofundaremos na realidade da grande área desta pesquisa: o alimento, para posteriormente focarmos no nível micro – Feira Agroecológica da UFRJ. A escolha por atuar no nível micro vai de encontro às idéias de Rogers e Gumuchdjian (1997) que acreditam que para um desenvolvimento de forma efetiva e sustentável é preciso compreender os três níveis, mas atuar de forma mais enfática no nível micro, partindo de pequenos ambientes e pequenas comunidades para atingir o nível macro.

Inicialmente, é importante ter clareza de que há muitas maneiras de se contar a história de um povo. Certos disso, um dos caminhos possíveis poderia ser através do alimento. Como base da existência humana e elemento estratégico para governantes, os alimentos

transformam padrões de permanência e mudam hábitos. Segundo Santos (2005, p.12), “práticas alimentares têm referências na própria dinâmica social”, com isso, ao longo dos anos a relação existente entre homens e alimentos foi se modificando.

Antes de iniciar o cultivo de alimentos, o homem, como caçador-coleto, vivia daquilo que tinha disponível às suas mãos. A possibilidade de realizar a agricultura, iniciou-se há cerca de dez mil anos, no período neolítico, e trouxe consigo uma nova realidade. Nas palavras de Standage (2010, p.7), “o primeiro papel transformador da comida foi servir como fundamento para civilizações inteiras”. Tal mudança aliada a outros fatores, como a domesticação de animais, tornou-se o alicerce do estilo de vida que adotamos ainda hoje e permitiu a construção da sociedade como a vivenciamos ultimamente.

Segundo definição do dicionário Aurélio, o alimento é “toda substância que, ingerida por um ser vivo, o alimenta ou nutre”. O conceito em si não está incorreto, mas também não abrange o papel que o alimento exerce na sociedade. Como exposto por Brown (2010, p.117), “[...] a experiência de comer vai muito além da comida, da nutrição ou da dieta”.

Compreendendo o homem como um ser biocultural, i.e., que se constrói biológica e culturalmente, e entendendo a intrínseca relação do alimento e da alimentação com a cultura, poderia dizer que “somos aquilo que comemos”, uma vez que nos alimentamos daquilo que nossa cultura nos proporciona. Ou seja, o alimento media relações, aproxima pessoas, diz sobre um determinado lugar, sobre uma cultura e um povo.

Para o poeta americano e também agricultor, Wendell Berry, “comer é um ato agrícola”. O que significa dizer que o ato de se alimentar impacta diretamente sobre o sistema produtivo do setor de alimentos. Assim, nós consumidores, enquanto atores desse processo, orientamos o mercado e a produção com nossas escolhas, sem, por muitas vezes, ter consciência de que o fazemos.

De maneira geral, pode-se dizer que não sabemos o que comemos – quem planta, onde planta, como planta. Vivemos a era do supermercado, na qual frutas, verduras e legumes podem ser adquiridos durante todo o ano. Não há diferenciação entre estações e não há identificação de procedência. A idéia de sazonalidade e regionalidade foram perdidas.

Na lógica estabelecida tudo dá o ano todo em qualquer lugar. Afinal, “ritmos naturais de crescimento e maturação são considerados lentos demais pela mente industrial dos dias de hoje” (WOLFGANG SACHS *apud* THACKARA, 2008, p.58).

Uma busca por tentar romper com a lógica estabelecida

O conceito de inovação está intimamente atrelado a uma idéia de quebrar a forma, de romper com padrões estabelecidos, em maior ou menor grau. No entanto, essas rupturas não se dão de maneira direta, mas dependem de um processo de transição entre o novo e o antigo, como apresenta Geels (2004) (Figura 6).

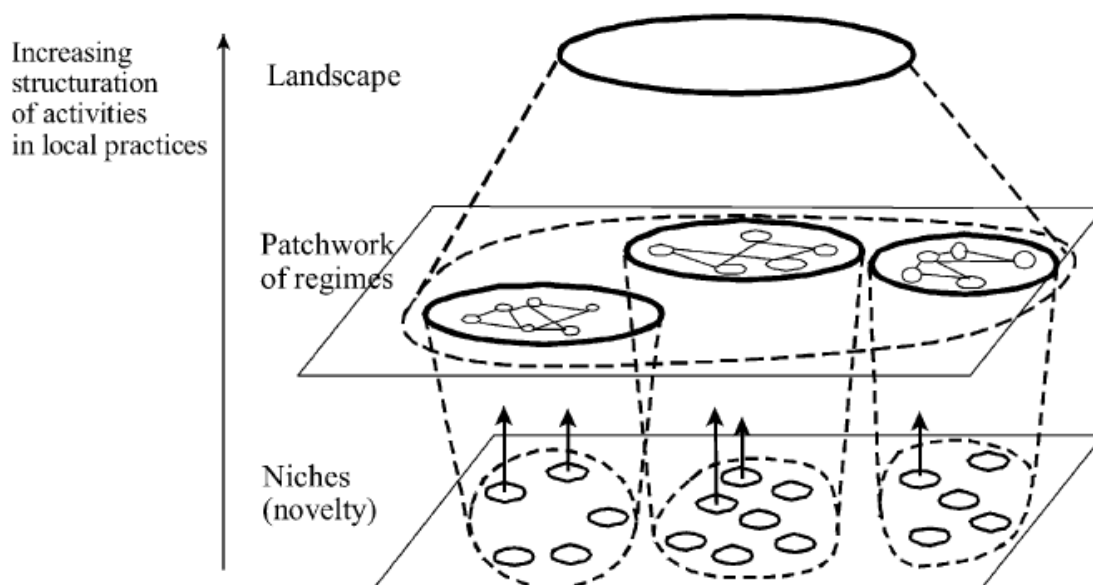


Figura 6: Perspectiva multi-nível
Fonte: Geels (2004)

Nessa perspectiva multi-nível, podemos compreender que as inovações se estabelecem inicialmente em pequenos nichos (*niches*) e tentam alcançar um outro patamar (*patchwork of regimes*), se estabelecendo como nova lógica vigente. No entanto, elas não estão isentas de influências do ambiente externo aos nichos (*landscape*). Assim, um nicho, inicialmente pequeno tenta se tornar a solução dominante.

No caso das inovações sociais, não é diferente. “As inovações sociais em geral referem-se a novas estratégias, conceitos e métodos para atender necessidades sociais dos mais

diversos tipos” (BARTHOLLO, 2008) e geralmente nasce como algo não institucional. Dessa maneira, ela se cria em pequenos nichos e aos poucos tenta se estabelecer.

No que tange aos alimentos, há em todo o mundo movimentos contrários a massificação e alienação no que diz respeito à alimentação. Como exemplo podemos citar o *Slow Food*, idealizado e iniciado em 1986 em Bra / Itália, pelo jornalista Carlo Petrini, que acredita que seja possível um outro caminho, uma alternativa por parte dos consumidores à lógica dominante. Para o idealizador do movimento, “é inútil forçar os ritmos da vida. A arte de viver consiste em aprender a dar o devido tempo às coisas” (SLOW FOOD, 2010).

A partir dessa idéia, o movimento “opõe-se à tendência de padronização do alimento no mundo, e defende a necessidade de que os consumidores estejam bem informados, se tornando co-produtores¹¹”. Para tanto, se baseia sobre o princípio do “bom, limpo e justo”, ou seja, o alimento “deve ter bom sabor; deve ser cultivado de maneira limpa, sem prejudicar nossa saúde, o meio ambiente ou os animais; e os produtores devem receber o que é justo pelo seu trabalho” (SLOW FOOD, 2010).

Em sentido análogo a esse, encontramos também algumas linhas de pensamento e estudo sobre os modos de produção agrícola. Conceitos como agricultura orgânica, biológica, natural, entre outros, tem cada vez mais ganhado espaço dentro dos centros de pesquisa, na mídia e na sociedade, como uma maneira alternativa de plantio frente à lógica dominante trazida pela Revolução Verde¹² nos anos 1960-70, na qual predominava a monocultura mecanizada e o uso de pesticidas, adubos químicos e sementes geneticamente melhoradas.

Esses novos modos de produção dizem respeito a uma inovação em transição, que ainda está estabelecida apenas em pequenos nichos e aos poucos tem ganhando espaço na tentativa de se estabelecer como solução dominante. Nesse sentido, o panorama (*landscape*) atual é de uma mudança de hábitos alimentares e uma preocupação quanto

¹¹ Aquele que produz em sociedade com outrem.

¹² “Revolução Verde é a denominação dada à corrida produtivista no campo agrícola, iniciada na década de 1960, que incorporou o papel de dar uma finalidade aos ‘restos da guerra’. Tinha como meta o aumento da produtividade agropecuária baseada no alto uso de insumos químicos, variedades de cultivo geneticamente melhoradas de alto rendimento, expansão dos sistemas de irrigação e intensiva mecanização do solo” (ALTIERI, 2004 *apud* SOUZA, 2009, p.10).

a uma alimentação mais saudável, advinda de uma produção menos nociva ao meio ambiente. Como uma inovação em transição, os conceitos desses modos de produção, como agricultura orgânica, não estão ainda estabelecidos e bem definidos, havendo grandes debates a esse respeito.

O regime dominante, trazido pela Revolução Verde, diz respeito à agricultura convencional. Ela prioriza um cultivo industrializado de ‘mais do mesmo por unidade de tempo’ através do uso de produtos químicos, monocultura e maquinário, em detrimento a uma produção ambiental, social e economicamente mais adequada.

As linhas de pensamento e estudo sobre os modos de produção agrícola mais sustentáveis, apesar de guardarem certa semelhança conceitual, têm características marcantes que as distinguem umas das outras. Sinteticamente, podemos compreender as diferenças de algumas dessas escolas a partir do quadro (Quadro 1), elaborado por Lucena (2010, p.53):

Quadro 1: Algumas escolas da agroecologia e características de destaque

Escola	Principais precursores	Local de origem ou desenvolvimento	Época	Característica de destaque
Agricultura orgânica	Albert Howard	Índia	Década de 1930	Forte incentivo à prática de compostagem com resíduos vegetais e animais; utilização de húmus e a idéia de que a planta forte e saudável é consequência de um solo forte e bem nutrido
Agricultura biológica	Claude Aubert	França	Década de 1960	Recomendação de uso de pó de rochas moídas para fertilização e enriquecimento do solo; foco na saúde do solo; rotação e mescla de culturas.
Agricultura biodinâmica	Rudolf Steiner	Alemanha	Década de 1920	Uso do calendário biodinâmico que busca o equilíbrio entre os elementos do sistema produtivo (planta, solo, animais, homem) com o universo, de acordo com a influência dos astros; visão do sistema produtivo como um único organismo; aplicação de preparados líquidos de origem animal, vegetal e mineral para energizar o sistema.
Agricultura	Mokiti	Japão	Década	Não revolvimento do solo, nem

natural	Okada		de 1930	nenhuma outra forma de intervenção brusca no mesmo; não utilização de composto orgânico, nem esterco ou qualquer outro produto de origem animal; ligação com a religião Messiânica.
Permacultura	Bill Mollison e Dave Hoemgren	Austrália	Década de 1970	Traz um conceito de sistema evolutivo integrado e perene; também a idéia de ser um sistema de planejamento ambientes humanos sustentáveis; apresenta técnicas de planejamento da produção com ênfase no arranjo físico para otimização do uso de energias e mitigação da poluição; utilização de informações sobre o sol e os ventos para implantação dos canteiros, das casas e demais elementos da propriedade.

Fonte: Lucena (2010, p.53)

Por não serem ainda métodos estabelecidos de produção, as escolas apresentadas exigem uma nova postura por parte dos consumidores para que sejam adotados efetivamente. Torna-se necessário que os consumidores se transformem em co-produtores e como tal, deixem de ter uma postura passiva e se tornem agentes do processo. O que não significa dizer que devemos passar a ser grandes entendedores do assunto, mas exige que tenhamos o mínimo de informação acerca do que consumimos. No caso dos alimentos orgânicos, por exemplo, que apresentam preços geralmente um pouco mais elevados de venda que os alimentos de cultivos convencionais eles só se tornam opção de escolha quando o consumidor tem algum conhecimento sobre o assunto. A decisão de compra desses tipos de alimentos é consciente e não unicamente baseada em um critério monetário.

Apesar da diversidade de escolas, neste trabalho nos deteremos ao universo da agricultura orgânica, conceito adotado pelo Governo Federal. Segundo a *International Federation of Organic Agriculture Movements* (IFOAM, 2010a) a agricultura orgânica é definida como:

[...] um sistema de produção que promove a saúde dos solos, ecossistemas e pessoas. Tem como base os processos ecológicos, biodiversidade e ciclos adaptados às condições locais em alternativa ao uso de insumos com efeitos adversos. A agricultura orgânica combina a tradição, inovação e ciência de modo a ser benéfica para o espaço partilhado, promove relacionamentos justos assegurando uma boa qualidade de vida a todos envolvidos.

A partir dessa definição compreendemos que o conceito não se restringe apenas ao uso de agrotóxicos ou não, como comumente é entendido, mas tem uma perspectiva mais abrangente que perpassa questões sociais e econômicas.

No Brasil, a agricultura orgânica tem ganhado força, o que pode ser entendido como um reflexo do cenário de consumo mundial e nacional desses produtos. Tanto em países desenvolvidos quanto nos em desenvolvimento o consumo de alimentos orgânicos tem crescido cerca de 20% ao ano (UNCTAD, 2003).

Na última década, a produção orgânica foi o segmento do setor de alimentos que mais cresceu. Segundo a IFOAM (2010 *apud* Lucena, 2010), as vendas de orgânicos no mundo têm aumentado, aproximadamente, cinco bilhões de dólares por ano. Já dados da Organização para Agricultura e Alimentação (FAO), previram para 2010 um crescimento entre 3,5 e 5% no mercado global de alimentos.

Em nível mundial, os países da união européia representam 51% do movimento financeiro do mercado, os Estados Unidos da América 46% e os demais países somam os restantes 3%. Na Europa, a Alemanha é a força motriz do setor orgânico. O país é líder em termos de tamanho de mercado em bilhões de euros, e suas vendas de alimentos orgânicos cresceram em 700 milhões, chegando a um total de 5,3 bilhões em 2007. Quanto aos EUA, “o setor de alimentos orgânicos continua sendo o segmento que cresce com maior velocidade no mercado americano de alimentos” (PLANETA ORGÂNICO, 2009).

A justificativa para tal cenário tem relações com a busca por maior qualidade de vida por parte dos consumidores e dos produtores, por uma maior consciência e responsabilidade sobre os problemas sócio-econômico-ambientais e por uma maior segurança alimentar. Retrata ainda uma negação ao modelo vigente e afirma uma nova postura de produtores e consumidores no que diz respeito ao alimento e ao seu modo de produção.

Quanto ao Brasil, apesar de seguir a tendência mundial de aumento de produção e consumo de produtos orgânicos, falta informação sistematizada sobre tal produção.

Muitos agricultores, pequenos e grandes, têm adotado o sistema orgânico como meio de diferenciação no mercado e oportunidade de negócio. Conforme dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), dos US\$ 26,5 bilhões movimentados no setor de orgânicos no mercado mundial em 2004, o Brasil tem uma participação de apenas 0,4%. Sob a ótica do governo, esse dado representa um “[...] vasto potencial para expansão de produtos nacionais nessa linha, não só no mercado interno como também no internacional” (MAPA, 2007, p.13).

Em resposta a esse aumento da importância dos produtos orgânicos na economia do país, o governo Federal estabeleceu a Lei Federal 10.831, de 23 de dezembro de 2003, regulamentada pelo Decreto nº 6.323, de 27 de dezembro de 2007. A “lei dos orgânicos”, como comumente é conhecida, apresenta como sistema orgânico de produção aqueles que

[...] adotam técnicas específicas, mediante a otimização do uso dos recursos naturais e socioeconômicos disponíveis e o respeito à integridade cultural das comunidades rurais, tendo por objetivo a sustentabilidade econômica e ecológica, a maximização dos benefícios sociais, a minimização da dependência de energia não-renovável, empregando, sempre que possível, métodos culturais, biológicos e mecânicos, em contraposição ao uso de materiais sintéticos, a eliminação do uso de organismos geneticamente modificados e radiações ionizantes, em qualquer fase do processo de produção, processamento, armazenamento, distribuição e comercialização, e a proteção do meio ambiente.

Considerando a complexidade do manejo exigido por esse tipo de sistema de produção, sua adoção é mais comum para cultivos em pequena escala, geralmente realizados por pequenos produtores. Segundo o MAPA (2007, p.16), eles representam “90% do total de produtores orgânicos, atuando basicamente no mercado interno. Os 10% restantes, compostos de grandes produtores, encarregam-se principalmente da produção voltada para a exportação”.

Entretanto, o que observamos é que o número de produtores que adotam esse modelo de produção ainda é restrito. Isso porque, para uma parcela significativa de agricultores familiares “o padrão convencional permanece como referência de progresso, haja vista a imagem positiva disseminada pela mídia e pela aparência de prosperidade de grandes produtores que produzem segundo o modelo” (WEID, 2010, p. 4).

No que diz respeito aos grandes produtores, que produzem mais em um espaço menor de tempo, a maior facilidade de acesso ao crédito, mercado e certificação permitem aos mesmos uma posição mais estabelecida no mercado. No entanto, a realidade dos pequenos agricultores, em especial aqueles que compõem a agricultura familiar, é muito adversa. Problemas de base dificultam a comercialização dos produtos a um preço justo, que permita aos produtores uma vida digna.

O governo brasileiro determina como agricultor familiar:

[...] aquele que pratica atividades no meio rural, atendendo, simultaneamente, aos seguintes requisitos:

I - não detenha, a qualquer título, área maior do que 4 (quatro) módulos fiscais¹³;

II - utilize predominantemente mão-de-obra da própria família nas atividades econômicas do seu estabelecimento ou empreendimento;

III - tenha renda familiar predominantemente originada de atividades econômicas vinculadas ao próprio estabelecimento ou empreendimento;

IV - dirija seu estabelecimento ou empreendimento com sua família (Lei nº 11.326).

Apesar da falta de informação, por parte da maioria da população urbana, acerca do universo compreendido pelos agricultores familiares, é de suma importância destacar seu potencial produtivo e sua importância econômica para o país. Apesar de ocupar 24,3% da área total cultivada no país (IBGE, 2009) (Figura 7), dados do MDA “indicam que cerca de 70% dos alimentos consumidos no Brasil são provenientes da agricultura familiar, que participa de 9% do produto interno bruto (PIB) do país” (PANCETTI, 2010) e é responsável por 38% do valor bruto da produção gerada.

A questão que se coloca diante dessas estatísticas é se elas significam realmente uma maior dignidade no campo. Como veremos adiante (capítulo 5), mais do que acesso aos mercados, é importante compreender como as relações se estabelecem nessas redes de comercialização de alimentos.

¹³ Unidade de medida expressa em hectares, fixada para cada município, considerando os seguintes fatores: tipo de exploração predominante no município; renda obtida com a exploração predominante; outras explorações existentes no município que, embora não predominantes, sejam significativas em função da renda ou da área utilizada; conceito de propriedade familiar (www.incra.gov.br).

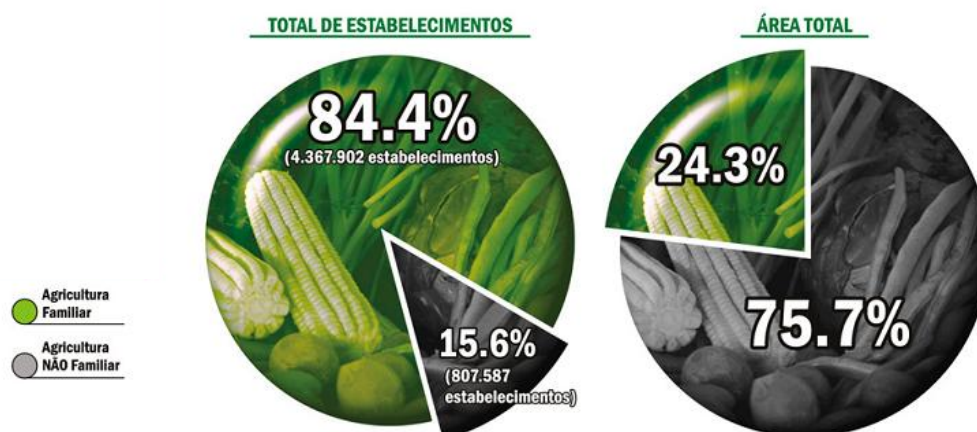


Figura 7: Participação da agricultura familiar

Fonte: MDA, 2009, p.3

Dados do último censo agropecuário realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) retratam a importância da agricultura familiar para o país. No que diz respeito à relação de geração de empregos no campo, enquanto a agricultura familiar tem 15,3 pessoas por 100 hectares, nas grandes propriedades essa relação cai para apenas 1,7 (Figura 8). Além disso, considerando o valor da produção e o número de trabalhadores, a agricultura familiar rende R\$ 677,00 por hectare por ano contra R\$ 358,00 por hectare por ano da agricultura em larga escala.



Figura 8: Pessoas ocupadas por área total

Fonte: MDA, 2009, p.12

Mas, olhemos por outro ângulo. Compreendemos que plantar deu ao homem tempo para realizar outras atividades, oportunidade de criar famílias maiores, de construir uma moradia fixa permeada por mais objetos. Foi a base para que pudéssemos viver como vivemos nos dias de hoje. Entretanto, atualmente a agricultura “tornou-se campo de

batalha para outras questões, como comércio, desenvolvimento e globalização”. (STANDAGE, 2010, p.9)

No discurso de Amartya Sen¹⁴, entendemos que a escassez de comida não constitui a principal causa da fome mundial, como muitos acreditam, e sim a falta de organização governamental para produzir e distribuir os alimentos. De maneira análoga, não é a impossibilidade de produzir que dificulta a sobrevivência de agricultores familiares brasileiros. Existem outros fatores que dificultam e/ou impedem a sobrevivência desses produtores a partir, exclusivamente, do cultivo da terra.

Não é por acaso, que em 2007, pela primeira vez, a população urbana ultrapassou a rural em níveis mundiais (RADIO ONU, 2010). Tal questão nos leva a inúmeras reflexões acerca da organização das cidades para receber um número cada vez maior de habitantes e também nos instiga a pensar sobre a produção de alimentos e os fatores que tem inviabilizado a sobrevivência de famílias no campo.

A partir dessa realidade o que percebemos é que o modelo estabelecido na agricultura atualmente não é eficiente e nem satisfatório. O que torna indispensável repensar não apenas novas técnicas de produção, mas também a relação campo-cidade.

Segundo Manzini (2009), existe uma emergente demanda por soluções compostas por sistemas de produtos e serviços, que proporcionem maneiras de ser e fazer diferentes daqueles atualmente dominantes, que sejam mais leves em termos ambientais e mais favoráveis a novas formas de socialização. Diante disso, Krucken e Meroni (2006) enfatizam a importância da estrutura comunicativa como forma de gestão desse processo. O que vai de encontro ao trabalho realizado por Lucena (2010), em sua tentativa de elaborar um sistema de informação para grupos de produtores agroecológicos no estado da Paraíba.

Assim como Micro e Pequenas Empresas (MPEs), empreendimentos familiares como a agricultura familiar enfrentam dificuldade em três grandes áreas: a) qualificação, b) crédito e c) comercialização. No que diz respeito aos dois primeiros fatores,

¹⁴ Economista indiano, Prêmio Nobel de Economia de 1998.

encontramos várias ações e projetos de instituições públicas e privadas; como ONGs, Sebrae, Emprepa, Emater, MDA, MAPA; que buscam minimizar seus efeitos. No entanto, no que tange à comercialização, ainda podem ser encontradas grandes dificuldades para transpor o problema, como elencado na figura abaixo (Figura 9).

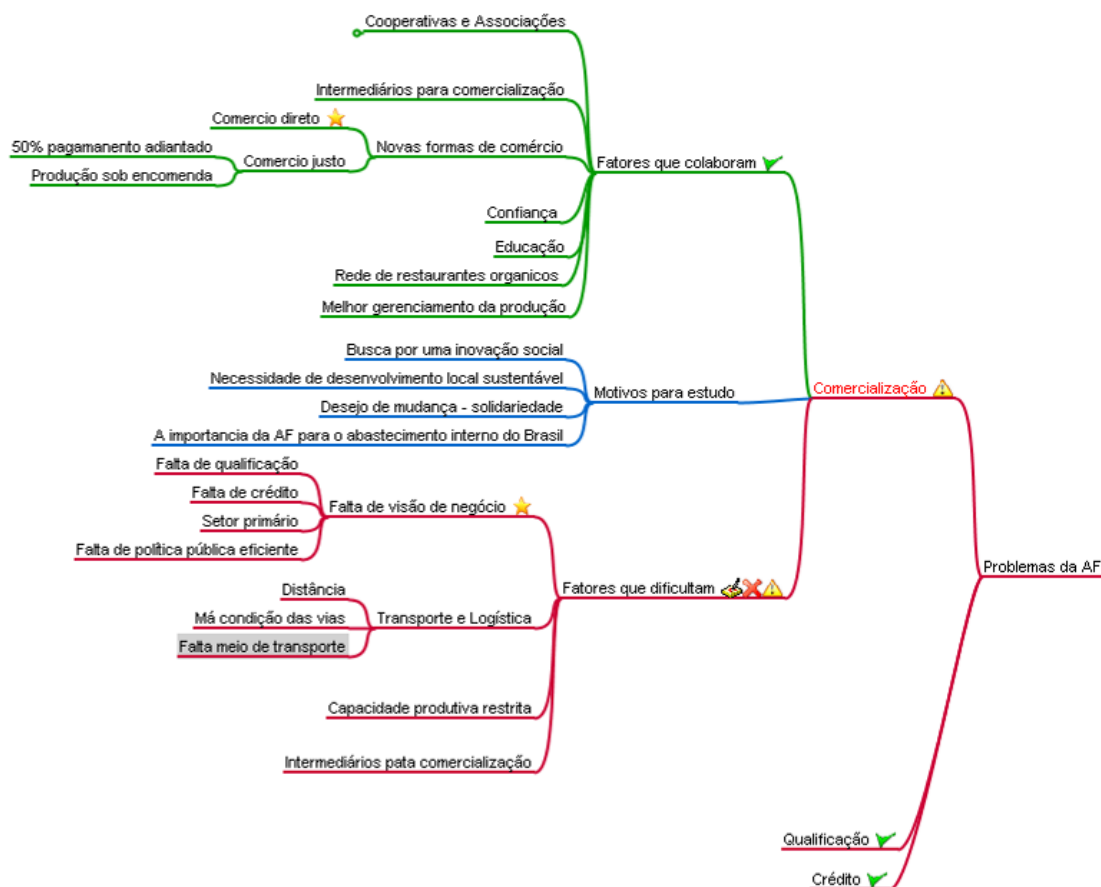


Figura 9: Fatores ligados ao problema de comercialização da agricultura familiar
Fonte: elaborado pela autora

Um fator que podemos destacar entre aqueles que colaboram para a questão da comercialização diz respeito aos agrupamentos em associações e cooperativas. Essa alternativa tem se demonstrado uma solução eficaz para fortalecer os grupos e cada um de seus membros. Isoladamente os agricultores familiares encontram-se fragilizados frente ao mercado, possuem problemas de escala de produção, são empreendimentos menos organizados e tem menos poder de negociação.

Com a organização em grupos, os agricultores se fortalecem e conseguem melhores acessos ao mercado nacional e até mesmo internacional. No entanto, é importante compreender que as funções de produção e a função comercial de uma cooperativa

assemelham-se ao de uma empresa com fins lucrativos, e, portanto ela deve ter conhecimento de seus públicos e mercados e das relações de trocas. Ou seja, é preciso que os cooperados tenham conhecimento dessa prática ou que repassem a função a alguém (FREITAS, 2006).

Por ser mais vulnerável às mudanças econômicas e por todas suas peculiaridades, a agricultura familiar orgânica carece de estratégias específicas. Como evidenciado por Freitas (2006) é importante que se formem comunidades independentes, para que sejam produtores empreendedores e competitivos. Ademais, é fundamental compreender e considerar a cultural local, afinal “os homens não se comportam da mesma maneira sob todas as latitudes e em todo o tempo” (ZAOUAL, 2006, p.36).

Assim como há a necessidade de se adotar novos modelos de produção para a agricultura, há também a necessidade de se pensar novos modelos de negócio¹⁵ para os pequenos produtores do setor de alimentos. Acredito que tal solução esteja baseada nos princípios do comércio direto, por estar calcado em uma troca mais justa para ambas as partes.

¹⁵ Para Osterwalder e Pigneur (2009, p.14) modelo de negócio é “a descrição da racionalização do modo como uma organização cria, entrega e captura valor”.

CAPÍTULO 3

NÃO HÁ MAIS ESPAÇO PARA APENAS UM OLHAR

*As palavras só têm sentido se nos ajudam a ver o mundo melhor.
Aprendemos palavras para melhorar os olhos. (RUBEM ALVES)*

Estamos vivendo um processo de urbanização sem precedentes. Como disse anteriormente, em 2007 pela primeira vez a população urbana mundial ultrapassou a população rural. Receber essa informação é constatar a mudança que tem ocorrido no estilo de vida da sociedade e na organização da cultura.

Na linguagem *flusseriana*, estamos vivendo a dualidade programador – programado, na qual o texto escrito foi superado por imagens técnicas¹⁶ e “a historicidade de um tempo linear superada por complexos e descontínuos modos de imaginação” (em fase de elaboração)¹⁷. Esse processo de transformação está atrelado a uma mudança na linguagem, o que aliado a alterações de outras práticas sociais “podem produzir seres humanos de um tipo que nunca existiu antes” (RORTY, 2007, p. 32).

Em meio a esse mundo cada vez mais conectado e codificado, alguns conceitos e entendimentos se perdem, e incorremos sempre no “perigo da história única”. Essas histórias tentam se firmar como *A verdade das verdades* e nos fazem crer que existe apenas um caminho, uma única maneira de contar uma história. Mas, voltando à perspectiva *rortyana*, é importante entender que “o mundo existe, mas não as descrições do mundo” (RORTY, 2007, p.28).

No setor de alimentos e agricultura não é diferente. Vivemos atualmente sob o discurso dominante do agronegócio – atrelado aos fundamentos da Revolução Verde, no qual impera uma visão extremamente mercantilista que enfatiza a quantidade (mais do mesmo por unidade de tempo) – sob a justificativa de uma possível falta de alimentos. Por outro lado, no campo da agricultura familiar se estabeleceu um discurso romantizado, idealizado, que também não permite (re)conhecer a realidade por trás dele.

Tais discursos são uma das possíveis descrições de uma história. No entanto, o desafio é conseguir criar novas descrições, a partir do exercício de re-descrição, que tragam um novo olhar, uma nova maneira de ver e dizer. Como expõe Bartholo (2008):

O que a pessoa que faz uma re-descrição visa não é oferecer argumentos contra o vocabulário corrente, mas sim mostrar como o

¹⁶ Flusser denomina como imagem técnica, aquelas imagens produzidas por aparelhos. Por sua vez, aparelhos são produtos da técnica, são textos científicos aplicados. Para o autor, as imagens técnicas foram inventadas no momento de crise da sociedade textual (FLUSSER, 2002).

¹⁷ BARTHOLO Jr., Roberto dos Santos. [reflexões sobre Rorty e Flusser]. Rio de Janeiro, 2010.

vocabulário que ela emprega pode ser atraente e significativo para lidar com uma variedade de questões.

Esse exercício é na verdade um “[...] esforço por tornar mais justas e menos cruéis nossas instituições e práticas” (RORTY, 2007, p.17), por romper com pré-conceitos e discursos estabelecidos. É assim, uma atividade de questionar, de duvidar.

O questionamento impulsiona o diálogo e a troca. Permite o crescimento e o amadurecimento de idéias. Entretanto, existe uma pretensão errada de querer transformar tudo em lei, de insistir que a verdade é algo descoberto, e como descoberta pode ser transformada em lei. Como expõe Rorty, as leis da natureza são produtos do homem, ou seja, a verdade está no discurso e não no mundo. É um engano achar que tudo o que se afirma é ‘natural’.

Isso é, na realidade, uma questão de olhar ou de como enxergamos e descrevemos o nosso entorno. Entretanto, esse olhar é o próprio homem, e como tal, se encontra em constante construção. Além disso, é individual e depende da vida vivida de cada um de nós, o que implica dizer que podem existir várias versões para uma única história.

Assim, questionar e tentar (re)descrever são maneiras de tentar fazer uma nova leitura de uma situação, de contar a história de maneira diferente. Mas, para esse exercício é importante estar aberto às novas possibilidades de discurso, é imprescindível compreender a alteridade, pois “[...] falar de alteridade é falar de diferença, e do reconhecimento do diferente e das fronteiras” (LOSCHIAVO, 2008, p.65).

Reconhecer a alteridade no outro e em si próprio é fundamental para exercitar a solidariedade, para se colocar no lugar do outro. E é sob essa perspectiva que se fundamenta este trabalho, por acreditar que “evitar a crueldade e conceber outras pessoas como um de nós é uma realização que depende de nossa sensibilidade para descrições feitas por pessoas que nos sejam estranhas servirem como insumos de re-descrições de quem nós somos” (BARTHOLO, 2008).

Afinal, a vida agitada dos grandes centros urbanos não tem permitido vislumbrar que o alimento colocado em nossa mesa provenha do cultivo de cerca de mais de quatro

milhões famílias distribuídas em todo o país. Há uma idéia errônea de que sua procedência sejam os grandes campos de produção em monocultura, cultivados por máquinas, como os de soja. De uma forma geral, a parcela da população urbana é pouco informada sobre o papel da agricultura familiar em suas vidas e sua importância econômica e social. Ela é ainda vista como ‘eles’ e não como ‘nós’.

A lógica do discurso do agronegócio – mais do mesmo por unidade de tempo – está impregnada na maioria da população e por isso, muitas vezes, falta um olhar crítico diante do assunto. Com isso, criou-se uma visão idealizada e romântica do campo e dos agricultores, sem conseguir enxergar ou aceitar outros discursos. Nas palavras de La Boétie (1997), “incrível coisa é ver o povo, uma vez subjugado, cair em tão profundo esquecimento da liberdade que não desperta nem a recupera; antes começa a servir com tanta prontidão e boa vontade que parece ter perdido não a liberdade, mas a servidão”.

Por outro lado, frente ao discurso dominante, um outro foi sendo criado, apoiado sobre o anseio de se encontrar uma solução sustentavelmente mais adequada, com uma produção mais limpa, justa e saudável. Entretanto, muitas pessoas que aderem a esse discurso o fazem, assim como no outro, sem nenhum senso crítico.

Acreditar que a agricultura é algo natural por si só já é um grande engano. Assim como a revolução industrial, a agricultura foi algo construído pelo homem. Ao longo de muitos anos foram feitas várias seleções de alimentos que eram considerados melhores, o que não podemos chamar de ‘natural’. Tanto quanto não o é a transgenia. Nas palavras de Standage (2010, p.15):

um campo cultivado de milho, ou de qualquer outro produto agrícola, é tão manufaturado ou fabricado pelo homem quanto um microchip, uma revista ou um míssil. Por mais que gostemos de pensar na agricultura como uma atividade natural, há 10 mil anos ela era uma estranha inovação.

Diante disso, este trabalho se sustenta sobre a observação da Feira Agroecológica da UFRJ e o diálogo com atores envolvido em seu processo de construção: agricultores, organizadores e consumidores. Busca dar voz aos envolvidos para que possam se expressar e decidir em conjunto um caminho a ser trilhado. Atrevo-me a dizer que este trabalho tenta ser um exercício de solidariedade, ao tentar mudar a relação que temos com ‘eles’, tornando-os um de ‘nós’.

CAPÍTULO 4

COMO ANALISAR ESSE JOGO DE PEÇAS E ESPELHOS?

Nós somos a alienação do de tudo diferente de si mesmo.

(FLUSSER, 2009, p.77)

Depois de ter entendido um pouco sobre o universo no qual estava mergulhando era preciso definir um caminho por onde passar, um método a seguir. Essa tarefa não foi exatamente fácil.

Inicialmente, sempre tive clareza de que gostaria de fazer algo projetual, que apresentasse uma proposta de projeto para algum problema da agricultura familiar orgânica, uma pesquisa atrelada a uma ação. A escolha pela Feira Agroecológica da UFRJ partiu do anseio em propor algo real e que pudesse ser efetivado.

A partir da leitura de Deslauriers e Kérisit confirmei que minha pesquisa seria qualitativa. Para os autores, um ponto de grande valor e singularidade neste tipo de pesquisa é que nela “o objeto de pesquisa se constrói progressivamente, em ligação com o campo, a partir da interação dos dados coletados com a análise que deles é extraída, e não somente à luz da literatura sobre o assunto, diferentemente de uma abordagem que seria hipotético-dedutiva” (DESLAURIERS e KÉRISIT, 2008, p. 134). Ou seja, a pesquisa qualitativa dá ênfase aos atores sociais e ao contato direto com o campo de pesquisa, no entanto, usualmente, não visa à elaboração de uma grande teoria.

No que diz respeito às especificidades da pesquisa qualitativa em relação à pesquisa quantitativa, os mesmos autores ainda apontam os seguintes elementos: a natureza dos dados, que são qualitativos; o contato com o campo, onde o campo não é visto apenas como reservatório de dados, mas também como uma fonte de novas questões; o caráter repetitivo do processo de pesquisa qualitativa, relacionado à inexistência de etapas tão rígidas e fechadas, possuindo um caráter retroativo e repetitivo onde há espaço para acomodações e improvisação; e a revisão bibliográfica, que não se limita a etapa inicial, mas é importante em todo o processo e busca equilibrar o trabalho empírico e o teórico, não estando subordinada somente à teoria.

Para a realização do trabalho, dada sua pretensão de promover a dialogicidade e de ser uma construção direta com os atores envolvidos, tornou-se adequado uma combinação de três métodos. Para responder a pergunta de partida desta pesquisa optei por uma junção entre o método da construção da gênese e o da investigação narrativa, uma vez que o primeiro tem como objetivo compreender a constituição, o fator gerador, do caso ao buscar responder questões como quando, como e por que ele aconteceu (GRAWITZ,

1996) ao invés de ser apenas um relato histórico. Já o segundo, a investigação narrativa, almeja através do relato e da construção de histórias “capturar a complexidade, a especificidade e a inter-relação dos fenômenos com que lidamos” (CARTER, 1993 *apud*, GALVÃO, 2005). Seu objetivo não é apenas compreender o caso em si, mas também abranger o significado que ele apresenta para as pessoas envolvidas, revelando a avaliação que está implícita (GALVÃO, 2005).

Por outro lado, para atingir os objetivos propostos para este trabalho, se fez necessário também o uso do método comparativo, que permitiu melhor compreensão e definição da Feira a partir da análise comparativa com exemplos similares e díspares, na tentativa de identificar continuidades e descontinuidades que permitissem apreender o caso não apenas de maneira isolada, mas através de sua relação com outros já existentes (GRAWITZ, 1996).

A partir da escolha desses métodos e técnicas de pesquisa, defini seis etapas para a realização do trabalho, de acordo com as etapas propostas pelo *design thinking*¹⁸. Como ilustra a Figura 10, essas etapas não estão relacionadas de maneira linear, mas há sempre uma retroalimentação, como aquela explicitada por Deslauriers e Kérisit.

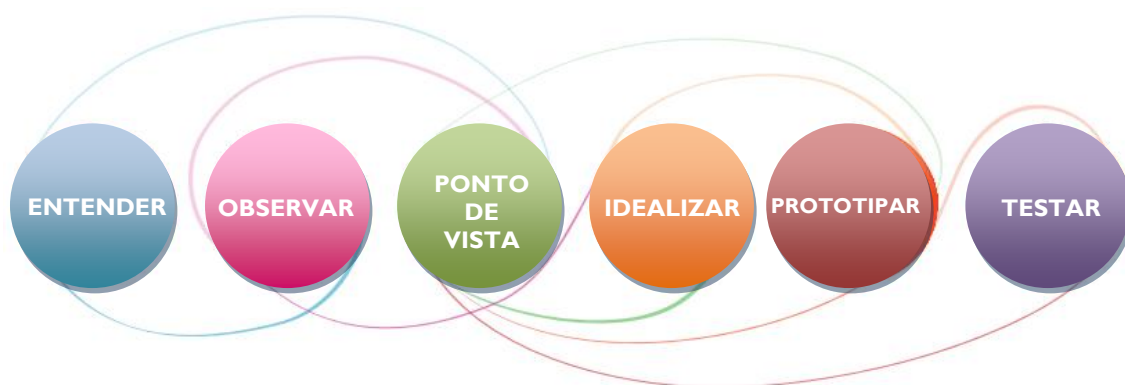


Figura 10: Etapas de pesquisa

Fonte: Adaptado pela autora a partir de d.school, 2010 (<http://dschool.stanford.edu/>)

O objetivo principal deste trabalho foi alcançar a etapa 4 – idealizar – na qual seriam geradas alternativas de soluções para alguns problemas da Feira. Apenar de constarem

¹⁸ O design, antes interpretado como uma tarefa no âmbito do desenvolvimento de novos produtos, pode disseminar o seu “pensar projetual” (*design thinking*), apilarmente na organização e, especialmente, na sua administração, propondo o projeto como um novo paradigma de inovação (BROWN, 2009).

como parte do processo, as duas últimas etapas diziam respeito a atividades que dependiam diretamente dos atores envolvidos no processo e por isso, apesar de serem inicialmente pensadas, só puderam ser confirmadas ou abortadas com o andamento do trabalho. Para cada uma das etapas propostas foram previstas as seguintes atividades (Quadro 2):

Quadro 2: Etapas de pesquisa e atividades previstas

ETAPA	ATIVIDADES PREVISTAS		
	ação	campo de atuação	meio / técnica
ENTENDER	[entender] –	<ol style="list-style-type: none"> 1. Setor de alimentos, 2. Agricultura orgânica, 3. Agricultura familiar, 4. <i>Design</i> e Engenharia de Produção, 5. Realidade mundial e brasileira. 	– [revisão bibliog., reuniões e conversas com experts]
OBSERVAR	[observar] –	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contexto da Feira Agroecológica da UFRJ, 2. Os atores envolvidos na Feira Agroecológica da UFRJ: produtores, consumidores, e organizadores. 	– [visitas à feira, entrevistas, reuniões]
PONTO DE VISTA	[definir] –	<ol style="list-style-type: none"> 1. Classificar as necessidades dos atores, 2. Como nós poderíamos mudar a situação atual para ter impacto positivo na experiência das pessoas envolvidas 	– [projeto]
IDEALIZAR	[idealizar] –	<ol style="list-style-type: none"> 1. Possíveis soluções 	– [geração de alternativas]
PROTOTIPAR	[prototipar] –	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soluções propostas 	– [testar uma alternativa]
TESTAR	[testar] –	<ol style="list-style-type: none"> 1. Soluções selecionada 	– [implementar alternativa selecionada]

Fonte: elaborado pela autora

As atividades previstas foram realizadas até a etapa 4 (idealizar), e para além desta dissertação, atualmente está em curso a etapa 5 que contempla a prototipagem da solução desenhada.

Os métodos propostos exigiram grande envolvimento com a Feira e seus atores, permitindo compreender sua dinâmica e os múltiplos olhares pelos quais ela era descrita. A sua diversidade de pessoas e opiniões tem tornado sua construção conjunta um desafio aos envolvidos e essa dificuldade está de alguma maneira atrelada ao que Willian James chama de “uma certa cegueira humana”.

O que se observa na Feira é algo próximo da situação descrita pelo autor quando em viagem pelos montes Apalaches se depara com uma floresta derrubada, substituída por um jardim lamacento, uma cabana e alguns chiqueiros. James, a princípio, vê a clareira como uma úlcera, até que se depara com um lavrador que lhe transmite sua opinião sobre o assunto e reflete:

Eu estava perdendo todo o significado interno da situação. Como as clareiras, para mim, não falavam senão de desnudamento, achei que, para aqueles cujos braços fortes e machados obedientes as tinham produzido, elas não teriam outra história para contar; mas, quando *eles* olhavam para os tocos medonhos, aquilo em que pensavam era uma vitória pessoal. [...] Em suma, a clareira, que para mim era uma simples imagem disforme na retina, era, para eles, um símbolo evocador de lembranças morais, e entoava justamente uma peã de dever, luta e sucesso.

Eu estivera tão cego para a idealidade peculiar de sua situação quanto eles decerto também ficariam para a idealidade da minha, se pudessem espiar meus estranhos hábitos acadêmicos nos recintos fechados da vida em Cambridge (JAMES, “*On a certain blindness in human beings*” in *Talks to teachers on psychology*, org. Frederick Burkhardt e Fredson Bowers, p.134, *apud* RORTY, 2007, p.81).

É importante salientar ainda que este trabalho não é uma descrição de algo que se foi, e sim de algo que está se construindo, é dinâmico. Ou seja, a cada encontro o objeto de pesquisa muda, se transforma. Além disso, este trabalho não analisa sua situação passada, mas tenta acompanhar seu presente, sua evolução. Ademais, ele não está isento do meu próprio olhar, de designer, e do meu desejo de transformar. Seu ponto de partida está calcado em duas questões: a primeira, o anseio em re-afirmar a possibilidade de um enfoque mais abrangente para a atividade de *design*, e a segunda, a vontade de tornar real uma mudança para pequenos grupos de produção artesanal (familiar).

CAPÍTULO 5

TUDO CALEIDOSCÓPIO É IGUAL?

Para mudarmos a forma como fazemos as coisas, precisamos mudar a forma como as percebemos (THACKARA, 2008, p.18).

Enquanto caçadores coletores, os homens se organizavam em grupos para que pudessem juntos coletar alimentos em quantidade suficiente para todos, viviam sob a regra da obrigação da partilha. Estabeleciam nesse convívio relações de parceria, compartilhando objetos e dividindo a coleta, de maneira a tornar a vida nômade possível.

Quando passa a cultivar seus alimentos, o homem altera todo seu modo de vida, inclusive as relações interpessoais. A agricultura permite ao homem tempo livre para que possa criar novas atividades. Se antes coletavam juntos, agora somente alguns do grupo plantam enquanto os demais podem exercer outras funções, o que dá espaço para que uma nova configuração se estabeleça: a diferenciação entre os que cultivam a terra e aqueles que a detém.

A partir desse novo desenho, a agricultura foi se transformando de meio de sobrevivência em empreendimento, estabelecendo novos padrões de produção que, aos poucos, se encaminharam para a lógica industrial do “mais do mesmo por unidade de tempo”. Com essas práticas, o alimento foi convertido em um produto marcadamente mercantil e gradativamente as relações humanas estabelecidas através de alguns tipos de comercialização de alimentos foram alteradas a partir da inserção de diferentes atores nesse processo.

Mas, essas alterações não se deram de maneira homogênea. Ainda hoje, são encontradas relações mercantis de alimentos de diferentes tipos, mas com a predominância do tipo impessoal, na qual quem consome desconhece quem produz e vice e versa. Se por um lado os agricultores pouco sabem sobre aqueles que realmente consomem seus produtos, por outro os consumidores de supermercados talvez nem imaginem que existam mãos humanas no cultivo da terra do alimento que consomem.

No que diz respeito à agricultura familiar, ao longo de sua existência, ela desenhou diferentes tipos de relações com os atores envolvidos no processo de distribuição de seus produtos. Na tabela abaixo (Quadro 3) são identificadas algumas formas de comercialização que foram estabelecidas por ela.

Quadro 3: Perfil da comercialização de FLV¹⁹ *in natura*

FORMAS DE COMERCIALIZAÇÃO	TIPO DE CANAL	TIPO DE CLIENTE
ATACADO	<ul style="list-style-type: none"> – Centrais estatais, mercados municipais – Centrais independentes – Distribuidores 	<ul style="list-style-type: none"> – Restaurantes, sacolões, quitandas, pequenos supermercados, feirantes, ambulantes – Supermercados, hipermercados – Pequenos varejistas, restaurantes, hotéis, fastfoods, cozinha industrial, processadoras
VAREJO	<ul style="list-style-type: none"> – Auto-serviço: super/hipermercado, sacolões, lojas conveniência – Tradicionais: armazéns, quitandas, padarias, feiras livres, mercearia ambulante 	CONSUMIDOR FINAL

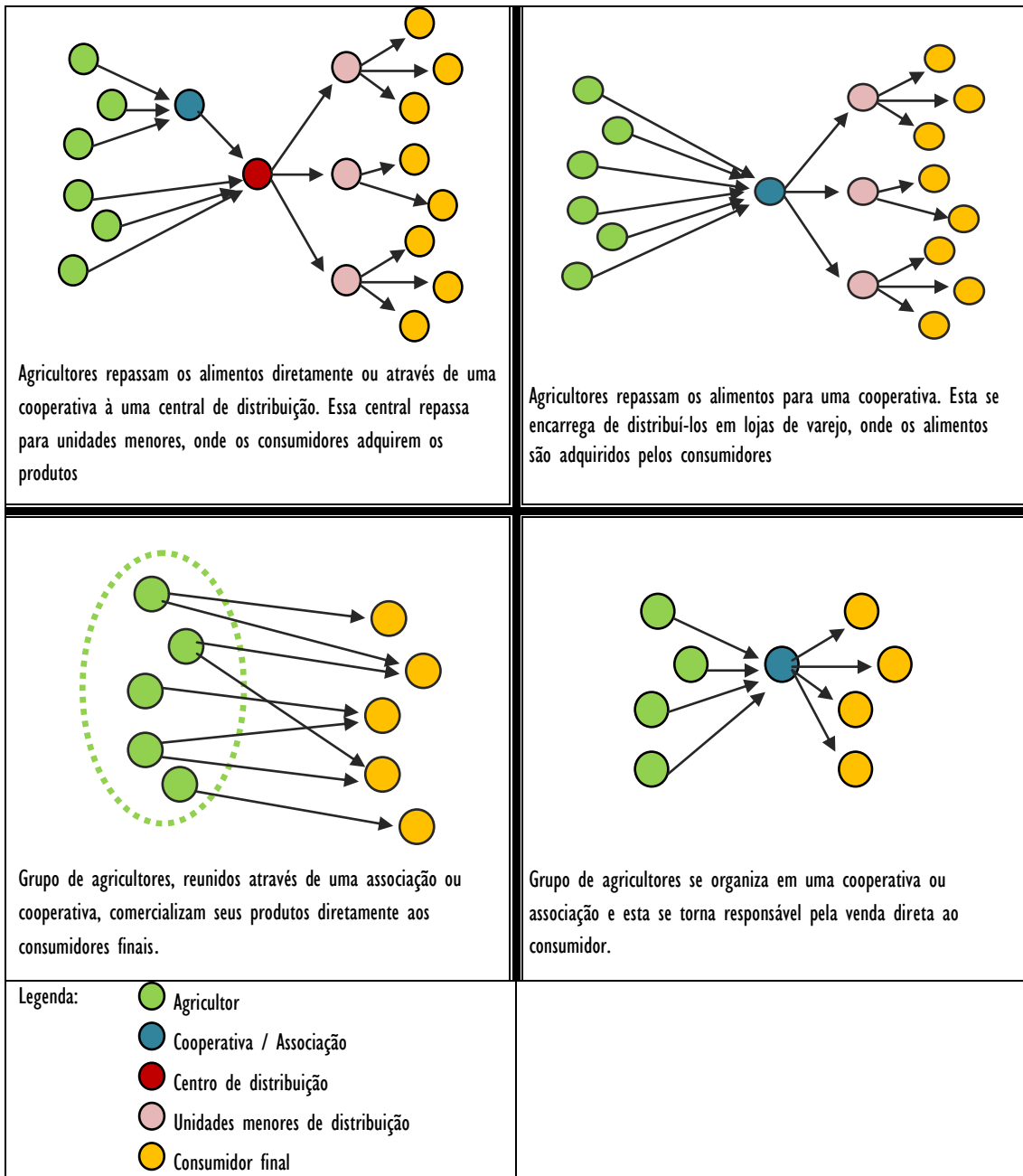
Fonte: Adaptado de Fonseca e Campos, (2009, p.3)

No caso da Feira da UFRJ, para compreender melhor como essa relação de comercialização se estabelecia, decidi buscar outros exemplos, tentando assim relacionar o caso particular da Feira com outros casos. Conheci e passei a coletar informações sobre diversas experiências de vendas de alimentos, diferentes e similares àquela estabelecida pela Feira da UFRJ. Encontrei algumas antigas, outras mais novas, algumas rudimentares, outras modernas... Em cada exemplo buscava entender como ele se assemelhava ou diferenciava do meu caso de estudo em alguns aspectos, inclusive na forma de comercialização.

A partir das informações levantadas, optei por representar as redes de comercialização através de grafos, como os apresentados abaixo (Quadro 4). A idéia dessa sistematização era possibilitar uma melhor visualização de como a comercialização de alimentos se processava e identificar alguns tipos de padrão. Os modelos apresentados a seguir demonstram alguns caminhos possíveis percorridos pelo alimento da plantação à mesa do consumidor. Eles não cobrem a totalidade de possibilidades existentes, mas tentam representar uma gama variada de tipos de relacionamentos.

Quadro 4: Formas de comercialização na agricultura familiar

¹⁹ Folhas, legumes e verduras



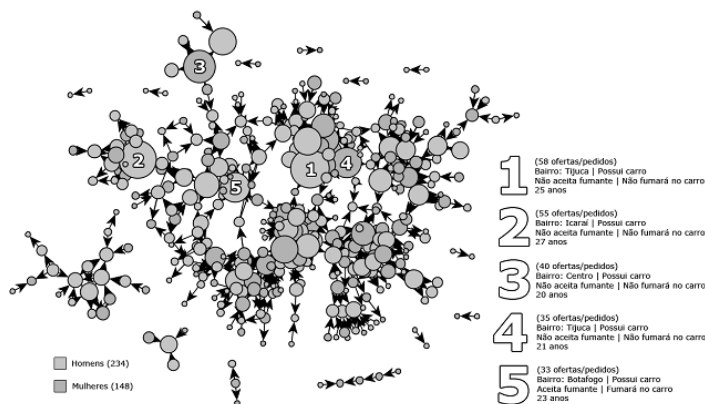
Fonte: elaborado pela autora

Os exemplos elencados acima caracterizam redes de relação e demonstram como o produto (alimento) flui em cada uma delas. Os desenhos são análogos aos de redes estudadas em áreas diversas do conhecimento²⁰, como a antropologia ou mesmo a

²⁰ Grafo de rede que apresenta os hubs do sistema de caronas CarUni em relação ao número de ofertas/pedidos de carona (FONSECA, CARVALHO, 2010, p.85)

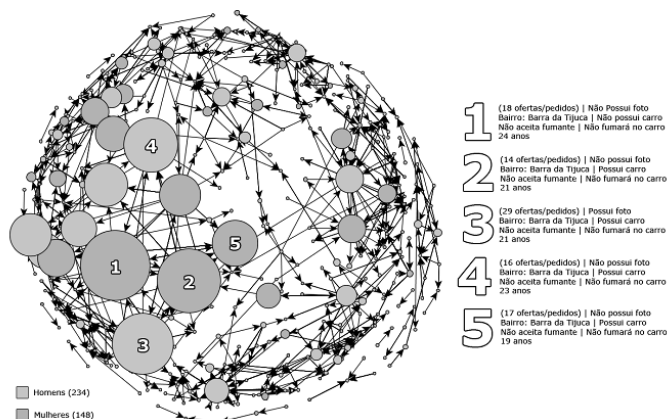
engenharia, onde são identificados e mapeados os fluxos de informação que circulam através da rede. Em análises como estas, além do mapeamento do fluxo de informação, que pode ser feito por softwares específicos, há também a possibilidade de se trabalhar qualificações da rede do tipo: intensidade do fluxo e centralização de informação²¹.

No caso dos grafos das formas de comercialização na agricultura familiar, vi que a análise até aquele momento estava sendo feita de maneira similar, sem, no entanto, levantar qualificadores. Porém, à medida que o trabalho se desenvolvia comecei a observar que os desenhos também denunciavam as distâncias e as relações estabelecidas naquelas redes. Através dos grafos tornaram-se evidentes os atores envolvidos nos processos, inclusive os tão conhecidos intermediários.



²¹ Grafo de rede que apresenta a centralidade de intermediação dos nós da rede do sistema de caronas CarUni (FONSECA, CARVALHO, 2010, p.87)

Nesse trabalho os autores mapeiam e tentam qualificar as relações estabelecidas em uma rede social virtual para caronas com o objetivo de “descobrir o comportamento dos membros de universidades acerca do seu transporte para seus respectivos campi e de criar informações que pudessem realimentar o sistema e gerar melhorias em sua utilização” (2010, p.1).



Não só na agricultura como em outras redes de comercialização, esses atores que mediam as relações são vistos como maléficos aos sistemas. Há um pré-conceito estabelecido quanto à figura dos intermediários, e a princípio analisei os grafos que havia desenhado influenciada por essa visão. Mas, depois de algum tempo, comecei a questionar até que ponto eles eram realmente maléficos e por que o eram.

Observando de outro ponto passei a perceber que os intermediários podiam ser peças fundamentais. Eram eles que tornavam alguns sistemas possíveis. Então, o que poderia ser avaliado como bom ou ruim não eram os intermediários em si, mas o tipo de relação que estabeleciam com as duas pontas que conectavam.

Como artífice de conexão, o intermediário pode ser uma peça-chave da rede. Ao formatar o modo de acesso dos agricultores ao mercado ele transpõe, mas não elimina, a dificuldade de organização e de comercialização vivenciada por muitos agricultores familiares.

Esses modos de acesso que ele formata podem ser de dois tipos: comércio direto ou indireto. Mas, nenhum dos dois tipos é estanque, outros modos de acesso podem ser criados e re-criados a todo o momento. Em uma realidade onde qualquer distância sobre a Terra foi transformada em um instante (LEITE, 2003, p.30) as possibilidades de comércio direto, por exemplo, têm se multiplicado. Se antigamente ele só era possível fisicamente, atualmente com o uso de novos meios de comunicação, como a internet, modos diversos de comércio direto têm se estabelecido. As novas tecnologias têm permitido essa desintermediação.

Com essa compreensão, passei a identificar que o problema dos modos de comercialização de produtos da agricultura familiar não estava na existência ou não de intermediários no sistema, mas no tipo de relação que esses mediadores estabeleciam com os agricultores, os modos de acesso que formatavam. Com essas constatações gostaria de propor, como em outras partes deste trabalho, que víssemos essa história de comercialização de alimentos por outro ângulo.

De onde observo esse caleidoscópio

Nunca antes apertamos tantas teclas. Nunca estivemos tão conectados e tão carentes ao mesmo tempo. As novas tecnologias têm permitido, cada vez mais, os encontros virtuais. As pessoas se expressam mais, falam mais. Mas, nas palavras de Flusser, estão mergulhados na “conversa fiada”, isto é, estão “[...] conversando sempre mais rigorosamente sobre sempre menos” e estão “conversando não para conversar, mas sim para polemizar” (FLUSSER, 2009, p.92).

As relações têm mudado... O caleidoscópio humano de hoje já não é mais aquele da minha infância. Ele tem se redesenhado, se reprojetoado junto a toda essa mudança. Nas palavras de Bartholo (2001, p.31) “não ocorre nenhum aperfeiçoamento do mundo antigo, mas a ruptura que cria um mundo novo, um mundo que é irredutivelmente *outro*”. Sem julgamentos que avaliem tal mudança como boa ou ruim, o importante aqui é o reconhecimento de que ela está acontecendo.

Perceber essa ruptura me instigou a analisar os grafos já desenhados de outra maneira. Até então a análise tinha se mantido focada apenas nas relações de negócio, buscando compreender como a comercialização se processava. Mas, assim como em outros momentos, cada vez que buscava um novo exemplo para contrapor ao da Feira entendia que havia mais do que relações mercantis. Havia relações humanas.

Percebi, com isso, que compreender sistemas de comercialização era também compreender como relações interpessoais se davam. Então, ao invés de denominá-las por formas de comercialização passei a intitulá-las “formas de relacionamento”. Passei assim, a tentar caracterizar padrões relacionais que se desenhavam em determinadas redes de comercialização, identificando quão próximas ou distantes estavam as pessoas envolvidas, quanto se conheciam e como se relacionavam.

Olhando dessa maneira, constatei que experiências muito diversas do ponto de vista relacional apresentavam grafos de redes muito similares, assim como experiências muito próximas podiam ser representadas por grafos muito diferentes, como ilustrarei adiante. Retomando aqui a idéia do caleidoscópio, diria que reconhecer essa diferença é conseguir perceber que as flores que se formam em seu interior são na verdade um

conjunto de cacos de vidro refletidos. É constatar que o que se vê não necessariamente traduz a realidade, que há o “real” e o “imaginário”.

A partir dessa constatação, o que gostaria de trazer para esta discussão é um modo de qualificar essas redes de comercialização da agricultura familiar. Não mais a partir de seus fluxos de informação, mas sim através dos modos de relação que se estabelecem dentro delas. Para essa nova análise torna-se necessário criar um novo eixo, uma nova dimensão, de onde passaremos a observar as redes. Isso porque, caracterizar padrões relacionais depende não apenas dos padrões das redes, mas das qualidades dos vínculos que seus atores estabelecem.

Se em um primeiro momento me detive à análise de figuras bidimensionais, com a criação desse novo eixo, o eixo dos *qualificadores relacionais*, passa a existir uma terceira dimensão. Em resumo, o que estou propondo é entender não mais a rede em si ou a forma de comercialização que ela estabelece, mas aquilo que se sucede entre seus atores (BARTHOLO, 2001, p.20). Enquanto desenho, isso significa abandonar a análise “convencional”, centrada nos nós da rede e as pessoas isoladamente, e passar a analisar as setas, as formas de relação, em síntese: como as pessoas interagem.

Para a construção filosófica *buberiana*, que identifica e diferencia dois modos relacionais, “o ser humano é [...] o ser-em-relação” (BARTHOLO, 2001, p.77). Usando da linguagem de Buber, meu esforço aqui é por identificar nos grafos desenhados dois padrões relacionais: o do modo “eu-tu”, dialógico; e o do modo “eu-isso”, discursivo.

Mas o que seriam relações do modo eu-tu e do modo eu-isso? De maneira simplificada, poderíamos dizer que relações eu-tu são relações vinculantes que manifestam “o encontro de parceiros na reciprocidade e na mútua confirmação” (BARTHOLO, 2001, p.79). Relações vinculantes são o suporte da vida dialógica. Mas, para Buber, essas relações vinculantes não implicam necessariamente em dependência. Implicam em confrontação com a alteridades e vulnerabilidade à uma presença.

Quanto ao modo eu-isso, ele manifesta “a objetivação, a requisição utilitária” (BARTHOLO, 2001, p.79). São relações distantes. Nas palavras de Bartholo, na relação do tipo eu-isso “você se coloca por cima e olha desde esse outro lugar, por cima, de

fora, você olha desse outro lugar e diz: *Isso*” (informação verbal)²². O mundo do *isso*, em contraste com as relações vinculantes do modo eu-tu, é marcado pela indiferença. “O *isso* pode ser qualquer ente tomado como objeto de experimentação, conhecimento ou uso de um eu. E o tu não se limita à esfera do inter-humano” (BARTHOLO, 2001, p.80).

Apesar de serem modos relacionais muito distintos é um equívoco querer determinar se uma pessoa ou rede, como no caso estudado neste trabalho, é de um modo ou de outro. As duas formas de relacionamento existem mutuamente, e é *isso* que dá equilíbrio ao sistema. Enquanto o mundo do *isso* permite a racionalidade das transações econômicas com planejamentos e cálculos que garantem a continuidade da vida amanhã, o mundo do tu permite o encontro e “dá o pressentimento da eternidade”, mostra que a vida é *mais* do que *isso*.

Se por um lado o puro mundo do tu não ajuda em nada na conservação da vida, pois não assegura decisões básicas à sobrevivência como datas de plantio de safras, por outro, a *issificação* do humano, arranca-lhe a capacidade do encontro, transformando tudo e todos em objetos úteis ou inúteis à vida. Diante disso, permitir que as duas formas habitem em nós é uma afirmação de liberdade, porque a liberdade nasce justamente dessa dualidade. Como afirma Buber, sem o mundo do *isso* “tu não podes subsistir”, pois “o mundo do *isso* é coerente no espaço e no tempo” e o “mundo do tu não tem coerência nem no espaço, nem no tempo”.

Diante desse entendimento, minha proposição relativa aos modelos da agricultura familiar visa mapear quão próxima ou quão aberta para a relação eu-tu uma rede está. Compreender o resultado dessa análise é também compreender que existe uma outra forma de perceber, de ver, as redes de comercialização, passando a avaliá-las não apenas com base na quantidade de atores que estão envolvidos no processo, mas também pela qualidade dos vínculos que eles estabelecem entre si.

Mas então, uma questão importante permanece: como determinar a proximidade de uma rede com respeito a um modo ou outro de relação? Minha solução para isso foi

²² BARTHOLO Jr., Roberto dos Santos. [Notas de aula do curso baseado no livro de Martin Buber, *Eu e Tu*]. Rio de Janeiro, setembro de 1997.

acrescentar um novo eixo à análise das redes: o eixo dos *qualificadores relacionais*, que pode ser visualizado na figura abaixo (Figura 11). Nessa combinação de qualificadores, a área resultante diz sobre o modo de relação prevalente. Quanto maior, mais próxima do modo eu-tu.

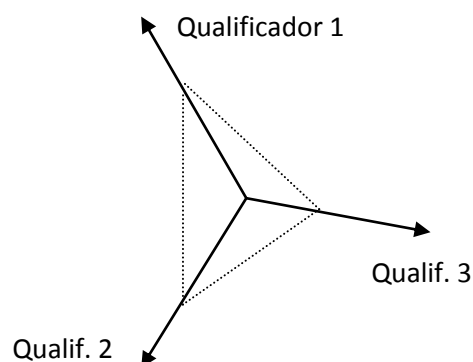


Figura 11: Combinação de qualificadores relacionais
Fonte: elaborado pela autora

Como *qualificadores relacionais* priorizei: cumplicidade, alteridade e vulnerabilidade. O primeiro qualificador, a cumplicidade, pressupõe o diálogo, o encontro, a confrontação face-a-face. Ela está presente em relações pessoais fortes, que não são apenas funcionais, mas que criam vínculos – as do modo Eu-tu.

Já o segundo qualificador diz respeito ao ser-com-outros, ao seres que se sabem outros, a alteridade. Está vinculada à capacidade de reconhecer o outro como diverso, diferente, e aceitar suas fronteiras e limites. O outro evidentemente como outro. Reconhecer a alteridade abre a possibilidade para falar *com* o outro e não *do* outro, de denominá-lo como Tu e não como Isso.

Já a vulnerabilidade, último *qualificador relacional* selecionado, está relacionada à falta de controle, de domínio. Diz sobre a capacidade de aceitar as “incertezas e riscos de uma relação com um Tu incontrolável, imprevisível e irredutivelmente outro” (BARTHOLO, 2001, p.107), do qual eu não sei, ou sei apenas o que ele me apresenta, em detrimento à segurança de um Isso, do qual eu sei, ou julgo saber. Exige estar disposto ao risco da surpresa, com abertura para o desconhecido.

Passemos então às análises de alguns grafos apresentados anteriormente, mas agora, buscando por experiências que esses desenhos representam. O quadro abaixo (Quadro 5) apresenta dois exemplos a partir de um mesmo desenho: a Rede Ecológica e a UNACOOP (União das Associações e Cooperativas de Pequenos Produtores Rurais do Estado do Rio de Janeiro).

Quadro 5: Comparativo de formas de relacionamento na agricultura – Rede Ecológica x UNACOOP

Experiência	O que é	Onde	Como se desenha	Relações que estabelece	Pontos de destaque
		Início			
Rede Ecológica	Grupo de consumidores para compras coletivas.	Rio de Janeiro RJ		<ul style="list-style-type: none"> ● (verde) → ● (azul) ● (azul) → ● (vermelha) ● (verde) → ● (vermelha) ● (vermelha) → ● (amarelo) ● (amarelo) → ● (amarelo) <p>Apesar de ter vários níveis e do produtor não ter contato direto com o consumidor as relações que se formam na rede são dialogais</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Comércio: direto – Preços: justos – Intermediário: presente – “Feirante”: rede ecológica – Ponto +: venda em maior volume – Ponto -: dependência de voluntarismo
UNACOOP	União das Associações e Cooperativas de Pequenos Produtores Rurais do Estado do Rio de Janeiro.	Rio de Janeiro RJ		<ul style="list-style-type: none"> ● (azul) → ● (vermelha) ● (vermelha) → ● (rosa) ● (rosa) → ● (amarelo) <p>Consumidor e agricultor desconhecem um ao outro.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Comércio: indireto – Preços: “sobretaxados” – Intermediário: presente – “Feirante”: ausente. – Ponto +: produtores conseguem escoar produção – Ponto -: agricultores trabalham para a economia DE mercado

Fonte: elaborado pela autora

A Rede Ecológica é uma experiência brasileira, estabelecida no Rio de Janeiro a partir de outubro de 2001, e guarda muita semelhança com casos internacionais como as *Associations pour le Maintien d’une Agriculture Paysanne* (AMAPs), iniciativa francesa iniciada em 2000 que conta atualmente com cerca de noventa unidades distribuídas pelo país. Tais empreendimentos se configuram como grupos organizados de consumidores para compras coletivas e permitem acesso a produtos de maneira mais barata e justa, uma vez que essas organizações dão aos consumidores poder de

negociação para adquirirem seus produtos e dissolvem custos fixos unitários, como o de transporte.

No caso da Rede Ecológica, semanalmente, os agricultores enviam à Rede uma lista com os produtos que dispõem para oferta. Essa informação é organizada de maneira a compor uma lista de produtos disponíveis, que é então enviada por *e-mail* aos consumidores. Após definirem sua compra, os consumidores repassam a informação à Rede, que novamente entra em contato com o produtor para solicitar os pedidos. No sábado, os produtos são entregues nas sedes dos núcleos de distribuição da Rede para que os consumidores possam buscá-los. No que diz respeito aos agricultores, esse tipo de negociação permite um melhor planejamento da produção, além de oferecer certa garantia de venda.

Nas AMAPs, os contratos são feitos por estação (outono/inverno e primavera/verão) e a proximidade, a possibilidade de diálogo, permite que agricultores e consumidores definam juntos o que será produzido e em qual quantidade será produzida. Os consumidores realizam um pagamento em antecedência, uma forma de partilhar o risco de produção com os agricultores. Iniciativas como essas se transformam em grandes pilares para o desenvolvimento da atividade produtiva, dada a fragilidade dos agricultores familiares no que diz respeito ao planejamento e à garantia de venda (mercado) de sua produção.

Um ponto negativo que essas iniciativas apresentam é a dependência que mantém do voluntarismo de seus participantes para funcionarem. Essa configuração pode acabar por tornar essas estruturas frágeis e inviáveis. Uma solução interessante adotada pela Rede Ecológica é a cobrança de uma taxa anual para aqueles que não se disponibilizam para tal trabalho.

Quanto aos consumidores, as duas formas de organização – Rede Ecológica e AMAP – se caracterizam por grupos de pessoas conscientes e bem informadas a cerca da mercadoria que adquirem e da realidade daquele de quem adquirem. São um tipo peculiar de consumidores, que aceitam ocupar o lugar de co-produtores, assumindo uma responsabilidade em conjunto com o agricultor e colocando-se em disponibilidade para estabelecerem relações de comércio direto com eles. Entretanto, apesar da ausência de

sobretaxas ou acréscimos de preços aos produtos que saem do produtor ao consumidor, não há uma relação face-a-face entre consumidor e agricultor. Em síntese: a Rede Ecológica se configura como um tipo peculiar de intermediário no processo.

Enquanto rede ela conecta duas partes: agricultores e consumidores, e intermedia a relação entre eles. O que a diferencia do tipo de relação estabelecido pela Unacoop é o modo de efetivar essa ligação.

A Unacoop, como um grupo de associações e cooperativa de agricultores, permite a organização de grandes quantidades de produtos, tornando possível atender grandes demandas. Essa estratégia pode parecer interessante em uma primeira vista. Mas, ao reunir vários pequenos produtores, que não produzem em escala industrial, para ganhar força e competir com grandes produtores que o fazem, ela se torna frágil, confrontada com o desafio imposto pelo fato dos custos unitários de produção daqueles que não produzem em escala industrial serem muito maiores do que os de seus concorrentes.

Assim como a Rede Ecológica, a Unacoop não sobretaxa os produtos. Como artífice de conexão ela é um intermediário, sujeito às pressões do mercado, o que pode levar a uma relação econômica desfavorável para o agricultor.

Passando à avaliação dos modos relacionais dessas experiências são identificados os seguintes gráficos (Figura 12 e Figura 13):

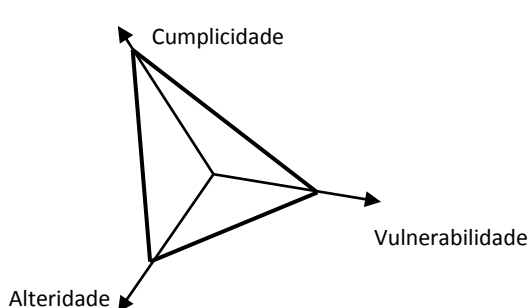


Figura 12: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Rede Ecológica
Fonte: elaborado pela autora

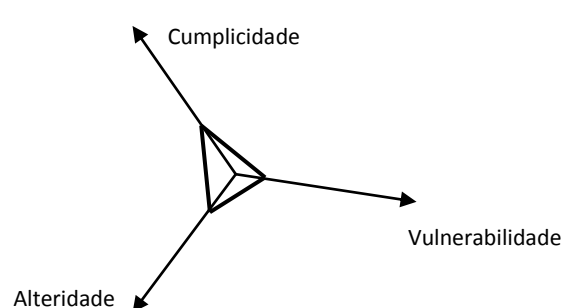


Figura 13: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Unacoop
Fonte: elaborado pela autora

Se fizéssemos uma analogia dessa situação com um rio, imaginando os consumidores em uma margem e os agricultores em outra, diria que a Rede Ecológica, assim como a Unacoop, são balsas, artífices que prestam serviços de conexão. E, apesar de possibilitarem trocas entre os dois lados, o fazem dentro de limites, não franqueando às pessoas de ambas as margens qualquer modo de conexão em qualquer tempo.

Consumidores da Rede Ecológica, por exemplo, só acessam produtos dos agricultores associados através da prestação de serviços da Rede. Sem esse interlocutor, sem essa balsa, transpor o rio se torna inviável. No entanto, esse consumidor tem consciência sobre a vida na outra margem do rio, conhece o trajeto que a balsa percorre e as paradas que ela faz ao longo do caminho e usa esse serviço para se relacionar indiretamente com o outro lado. Isso porque, a balsa transporta não apenas produtos, mas também informações de um lado para outro. Ela estabelece vínculos fortes com ambas as margens, ainda que elas mesmas não se conectem, prevalecendo as relações que se aproximam do modo eu-tu.

No caso da disposição estabelecida pela Unacoop, o consumidor desconhece a outra margem do rio ou mesmo o trajeto por onde a balsa anda, falta-lhe informação, pois essa balsa transporta apenas produtos. Para esse consumidor, o importante é que a balsa chegue, não importa muito de onde venha ou que caminho tenha percorrido. Nesse caso prevalecem relações que se aproximam muito do modo “eu-isso”, pouco vinculantes.

Olhando os grafos a partir dessa nova dimensão poderíamos representá-los da seguinte maneira (Figura 14 e Figura 15):

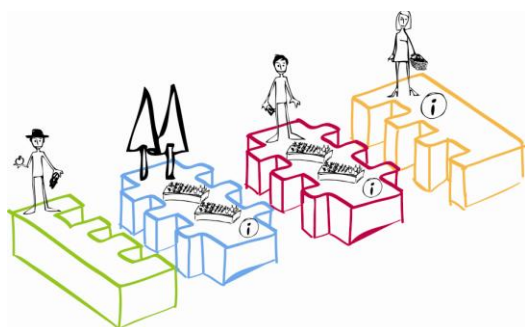


Figura 14: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Rede Ecológica
Fonte: elaborado pela autora

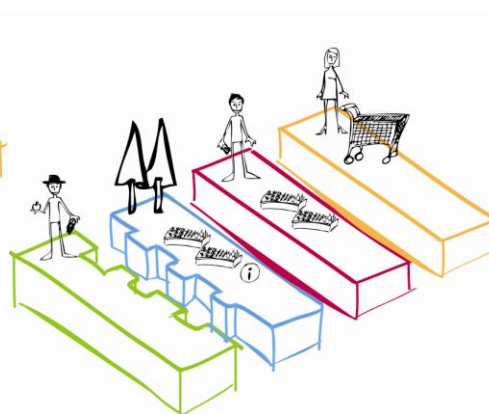
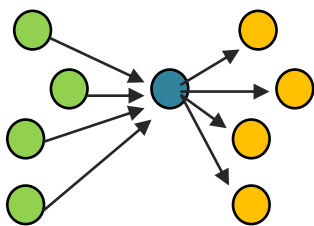

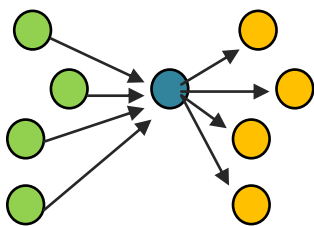



Figura 15: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Unacoop
Fonte: elaborado pela autora

Com a análise de outros dois exemplos que são representados pelo mesmo grafo e formam redes menos intermediadas, confirma-se que, não só por isso, as relações que se desenham são próximas ao modo “eu-tu”. Os exemplos apresentados abaixo são a Feira da Prohort, da cidade de João Pessoa / Paraíba, e a Mercearia Paraopeba²³, de Itabirito / Minas Gerais (Quadro 6).

Quadro 6: Comparativo de formas de relacionamento na agricultura – Feira Itinerante da Prohort x Mercearia Paraopeba

Experiência	O que é	Onde	Como se desenha	Relações que estabelece	Pontos de destaque
		Início			
Feira Agroecológica itinerante da Prohort	Feira itinerante realizada em um ônibus adaptado que percorre diversos bairros da cidade de João Pessoa com produtos dos agricultores da Prohort ²⁴	João Pessoa PB		 <p>Neste caso existem apenas dois níveis de relação, mas elas são distantes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Comércio: direto – Preços: justos – Intermediário: ausente – “Feirante”: vendedor – Transporte: prefeitura – Ponto +: abrangência e mobilidade – Ponto -: o modelo na realidade não é uma feira, mas um ‘sacolão’ convencional.
		Set. 2009			
Mercearia Paraopeba	Mercearia tradicional, instalada no interior de Minas Gerais há XX anos, administrada exclusivamente por uma família, que se encontra em sua terceira geração e que mantém modo tradicional de comercialização.	Itabirito MG		 <p>A proximidade, neste exemplo, permite maior vínculo entre os atores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Comércio: indireto – Preços: justos – Intermediário: presente – “Feirante”: vendedor – Transporte: parceria entre agricultor e mercearia – Ponto +: possibilidade de escoar produção
		por volta de 1870			

Fonte: elaborado pela autora

A Feira Agroecológica Itinerante da Prohort foi criada em setembro de 2009 em João Pessoa / Paraíba e consiste em um ônibus adaptado que percorre diferentes bairros da cidade durante a semana com produtos da Associação dos produtores agroecológicos de João Pessoa. A iniciativa é interessante, pois permite maior mobilidade e abrangência

²³ Ver vídeo: <http://www.youtube.com/watch?v=aUiWgtIGJwU>

²⁴ Associação dos produtores agroecológicos de João Pessoa

do empreendimento, possibilitando aos agricultores um bom canal de escoamento de seus produtos. No entanto, apesar do modo de acesso formatado pela Prohort ser do tipo comércio direto e da associação não se colocar como um intermediário, mas como um representante do produtor, as relações não são vinculantes.

O feirante, representante da associação, que cuida da feira itinerante é apenas um vendedor e não um agricultor. Nesse sentido, poderíamos dizer que a Feira itinerante da Prohort, se assemelha mais a um sacolão itinerante do que realmente a uma feira em si, como é a Feira da Agroecológica da UFPB (Universidade Federal da Paraíba), que tratarei no próximo capítulo.

Já a mercearia Paraopeba, um empreendimento familiar, se coloca claramente como artífice de conexões e formata relações muito vinculantes com seus conectores. Tanto com os consumidores quanto com os agricultores as relações são baseadas na confiança. Para os consumidores, ainda hoje no estabelecimento é possível a compra anotada para pagamento no início do mês. Para os agricultores são criadas parcerias que visam facilitar ou mesmo viabilizar a produção ou colheita de uma safra de produtos, através do fornecimento antecipado de matérias-primas ao agricultor ou a garantia de compra de sua colheita. Esse tipo de ação e parceria é resultado do reconhecimento das dificuldades vivenciadas pelos agricultores familiares e uma afirmação de que os produtos dessa origem têm mercado consumidor.

Analisando a qualidade das relações desses dois exemplos tem-se (Figura 16 e Figura 17):

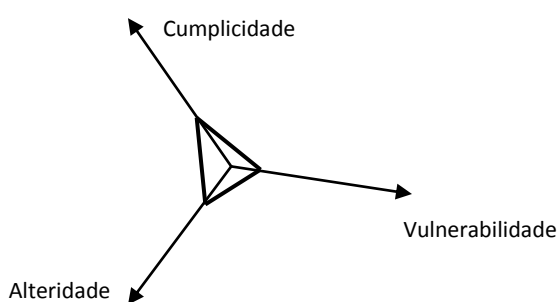


Figura 16: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Feira Agroecológica Itinerante da Prohort
Fonte: elaborado pela autora

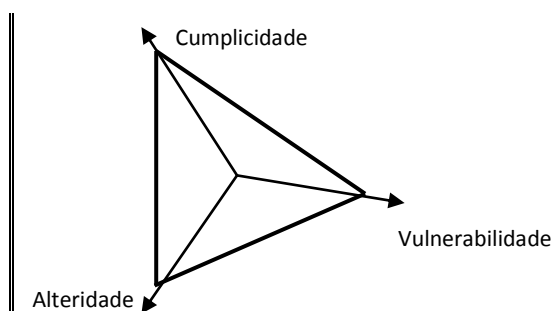


Figura 17: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Mercearia Paraopeba
Fonte: elaborado pela autora

Enquanto a Feira itinerante da Prohort, que em primeira análise se acredita conter relações vinculantes, na realidade se afasta do modo eu-tu, o exemplo do Mercearia Paraopeba, que se declara nitidamente intermediário no sistema, se aproxima dele. Voltando à história do rio, aqui também as relações são formatadas a partir de balsas, artefatos móveis que se deslocam de um lado para outro do rio com produtos e/ou informações.

No caso da Feira itinerante da Prohort, a balsa é muito similar à da Unacoop. Ela transporta apenas mercadorias e não permite o encontro. Os moradores de cada margem desse rio não conhecem um ao outro e a relação que se estabelece é restritamente mercantil.

Já a balsa da Mercearia Paraopeba é de outro tipo, tem um desenho mais próximo à balsa da Rede Ecológica. Ela transporta tanto produtos quanto informações de um lado para outro e, além disso, em alguns casos volta com matérias-primas para o agricultor. As relações que estabelecem são vinculantes: portadoras de grandes níveis de alteridade, cumplicidade e vulnerabilidade.

Abaixo podem ser visualizadas as novas formas dos grafos desses dois exemplos:

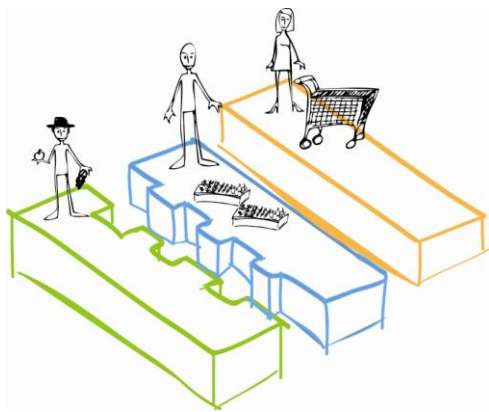


Figura 18: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Feira Agroecológica Itinerante da Prohort
Fonte: elaborado pela autora

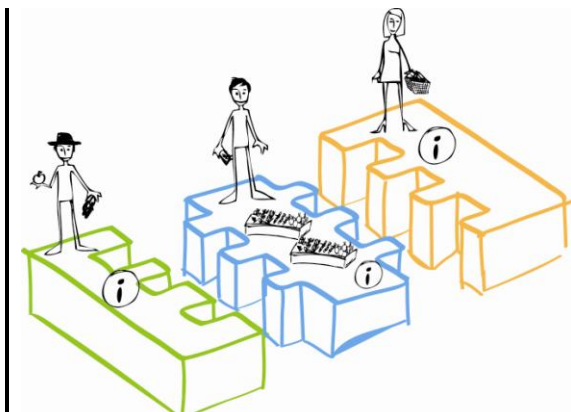


Figura 19: Qualificadores e modos relacionais no exemplo Mercearia Paraopeba
Fonte: elaborado pela autora

Em síntese, o que se pode compreender é que a inserção desse novo eixo à análise de grafos permite um panorama totalmente diferente do convencionalmente adotado.

Grafos formalmente idênticos, como os pares Rede Ecológica e Unacoop, e Feira Itinerante da Prohort e Merceria Paraobepa, se tornam totalmente díspares se analisados a partir do eixo dos *qualificadores relacionais*, configurando novos pares de similaridade.

No quadro abaixo (Quadro 7) é apresentada uma síntese comparativa dos desenhos dos grafos convencionais e dos grafos com a terceira dimensão dos *qualificadores relacionais*. É importante destacar que as peças vermelhas, balsas intermediárias, podem ser consideradas peças curingas, ou seja, a presença delas não altera muito o modo de relação prevalente, apenas simboliza uma maior distância entre as margens do rio e um possível aumento de preços. Além disso, as possíveis relações entre a balsa principal, azul, e o consumidor final permanecem do mesmo tipo independente de sua existência.

Quadro 7: Grafos convencionais x grafos com qualificadores relacionais

	UNACOOOP	Mercearia Paraobepa
Rede Ecológica		
Prohort		

Fonte: elaborado pela autora

A proposta aqui apresentada ressalta a idéia de que compreender a relação que se estabelece entre os atores desses processos de comercialização é também compreender como o consumidor percebe o agricultor, e as relações que eles estabelecem. Relações que se aproximam mais do tipo eu-isso são aquelas mais estritamente mercantis, onde não há espaço para o tu, para o encontro. Contudo, é importante compreender que “a

relação eu-isso não é nunca em si um mal. Mas o mal pode residir na escravidão humana a essa atitude, apagando da face do homem a resposta responsável, a disponibilidade para o encontro com o outro, e dissolvendo no anonimato a personalidade da condição humana” (BARTHOLO, 2001, p.79).

Em resumo, o desejável é o equilíbrio entre os dois modos relacionais, eu-tu e eu-isso. De maneira a permitir que as relações econômicas se mantenham sem eliminar a figura humana presente nos diversos níveis de uma rede de comercialização.

CAPÍTULO 6

HISTÓRIA DA FEIRA

Há histórias tão verdadeiras que às vezes parece que são inventadas.

(MANOEL DE BARROS)

Depois de explorar algumas questões que fazem parte da construção deste trabalho, é momento de voltar a falar sobre o caleidoscópio. Mas afinal, o que é a Feira Agroecológica da UFRJ? Nas próximas páginas me deterei na sua descrição e análise. A proposta é apresentar o cenário vivenciado, sua realidade e seus problemas.

Faz parte da metodologia aqui utilizada, a interação com os atores envolvidos através de conversas e observações. O contato e a abertura ao diálogo permitem criar um arcabouço de informações e diretrizes para o projeto a ser desenvolvido, afinal “[...] o *design* de cima para baixo e de fora para dentro simplesmente não tem mais como funcionar” (THACKARA, 2008, p.26). Configura-se, assim, como uma etapa de grande importância e é o tema deste capítulo.

Nas palavras de Bartholo “[...] a realidade do mundo experienciado é tanto mais poderosa quanto mais poderosamente o experiencio e compreendo” (2011, p.68). No estudo da Feira o trabalho de ir a campo observar, levantar informações e manter longas conversas não foi em si um problema. A dificuldade veio depois, quando foi preciso definir uma maneira de contar essa história. Foram tantos encontros, tantas conversas, histórias e informações importantes, que o desafio passou a ser como compilar tudo isso de maneira a não perder a riqueza da experiência.

Quando saí a campo achei que meus entrevistados talvez não se sentissem tão a vontade, talvez não quisessem falar, mas, rapidamente me vi livre deste pré-conceito. As pessoas querem contar suas histórias. Querem dizer como vêem algo. Mas, cada pessoa vê e descreve um caleidoscópio da sua maneira. Descreve assim um pouco de sua própria história, um pouco de si mesmo.

Quando me dei conta disso mudei a forma como abordava as pessoas nas entrevistas. Passei a perguntar não apenas sobre a feira em si, mas sobre a experiência de vivenciar aquele evento. Sobre o que aquilo representava para elas. E aí encontrei uma solução para o problema de como descrever a Feira: dando vozes àqueles que têm vivido a história da Feira através de um diálogo fictício entre um artesão de caleidoscópios e uma jovem.

Um grande encontro no meio do caminho

Curiosa como sempre, estava Clarice mais uma vez a andar pelas ruas do centro da cidade em busca de novidades, não necessariamente coisas novas. Os olhos atentos buscavam em todos os cantos objetos diferentes, desconhecidos, e, quando os encontravam ficavam por ali um tempo para que conseguissem desvendar o segredo daquela forma. Quando enfim, desistia de entender sozinha, logo chamava alguém que pudesse lhe explicar melhor o que era aquilo. Gastava assim várias horas de seus dias entre uma loja e outra, uma descoberta e outra.

Mas, este dia foi diferente. Clarice já havia achado muitas coisas interessantes em seu passeio e estava perdida com tanta informação e coisas legais. Mas, o melhor estava por vir.

No meio do caminho, Clarice passou por uma lojinha bem pequenina e sem graça. daquelas que nunca lhe despertavam a atenção por não terem muitas cores que distraíssem seu olhar. Mas, ao fundo da loja, um velho senhor de cabeça branca que trabalhava em sua bancada, lhe roubou a atenção, e, sem se dar conta, Clarice parou diante de uma lojinha completamente inanimada. O velho senhor, que neste momento ergueu a cabeça, lhe fitou o olhar e Clarice sentiu-se convidada a entrar.

Devagarzinho foi adentrando a pequena loja e automaticamente procurava por algo que lhe roubasse o olhar, enquanto o velho senhor permanecia calmamente sentado, como quem esperasse por uma determinada pergunta. Depois de um giro por todos os cantos da loja, lotada de objetos cilíndricos semelhantes e sem graça, Clarice ao invés de ir embora, resolveu perguntar:

– Boa tarde senhor. Passei aqui pela porta da loja e resolvi entrar por curiosidade. Já tentei entender um pouco o que são essas coisas que o senhor vende, mas não consegui. O senhor pode me explicar?

– Boa tarde senhorita, meu nome é Cláudio. Terei o maior prazer em lhe explicar, mas vamos fazer diferente? Por que você mesma não tenta descobrir? Pegue um deles, olhe, experimente.

– Pode ser este?

– Claro, pegue aquele que lhe chamar mais a atenção, não tem problema algum.

Já com um dos objetos em mãos, Clarice resolveu tentar descobrir o que era aquilo. Girou para um lado, girou para o outro, mas não conseguiu descobrir nada. De repente, uma coisa diferente, um pequeno orifício. Clarice tentou olhar por ele, mas não viu muita coisa. Sr. Cláudio então lhe sugeriu:

– Vire-se em direção à porta, mire para a luz.

Ansiosa, ela se virou, e alguns instantes depois...

– Sr. Cláudio, essa coisa é incrível. Mas o que é isso?

– Senhorita.

– Pode me chamar de Clarice.

– Pois bem, Clarice, isso é um caleidoscópio.

– Um o quê?

– Caleidoscópio. É um brinquedo que forma diversas figuras.

– Incrível! Quem inventou isso?

– Não se sabe ao certo, mas acredita-se que tenha sido criado em 1817 por um físico russo enquanto realizava um experimento. O caleidoscópio é, na verdade, um aparelho ótico, um jogo de espelhos...

– O senhor mesmo é quem faz?

– Sim, sou eu que faço, aprendi ainda quando criança. Mas, observe bem este que você tem nas mãos, ele é especial! Ele não nasceu para ser um caleidoscópio. Foi preciso iniciar assim para depois se metamorfosear naquilo que seus idealizadores, meus filhos, sempre quiseram que ele fosse.

– Como assim?

– Ah! Isso é uma longa história, mas, se tiver um tempinho posso lhe contar.

Curiosa com aquela descoberta, Clarice não perderia a oportunidade.

– Claro Sr. Cláudio!

– Então sente-se aqui que eu irei lhe contar. Vamos lá. Esse caleidoscópio foi pensado e construído por várias pessoas. Mas, antes de decidirem por ele essas pessoas queriam construir outra coisa, tinham outras idéias.

– Mas então Sr. Cláudio, por que o fizeram?

– Minha querida, nem sempre as coisas são da maneira como a gente imagina. Vamos fazer diferente, vou lhe contar a história de uma feira. Uma feira de alimentos que foi criada há pouco tempo e tem sido construída dia a dia. Talvez assim, você entenda melhor o que estou querendo lhe dizer.

– Uma feira? Que coisa estranha. O que isso tem a ver com caleidoscópio?

– Deixe eu lhe contar que você entenderá. É a história da Feira Agroecológica da UFRJ. Assim como o caleidoscópio que você tem nas mãos é composto por três partes, essa Feira é composta por três grupos de atores: organizadores, agricultores e consumidores.

Situando no espaço e no tempo, a Feira da UFRJ está localizada atualmente na Cidade Universitária da Ilha do Fundão, um dos campi da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Foi inaugurada em abril de 2010 e acontece todas as quintas-feiras no intervalo

de 10 às 15 horas em dois pontos da universidade: i) *hall* do prédio da Reitoria e ii) *hall* do prédio de Centro de Ciências da Saúde (CCS) (Figura 20).

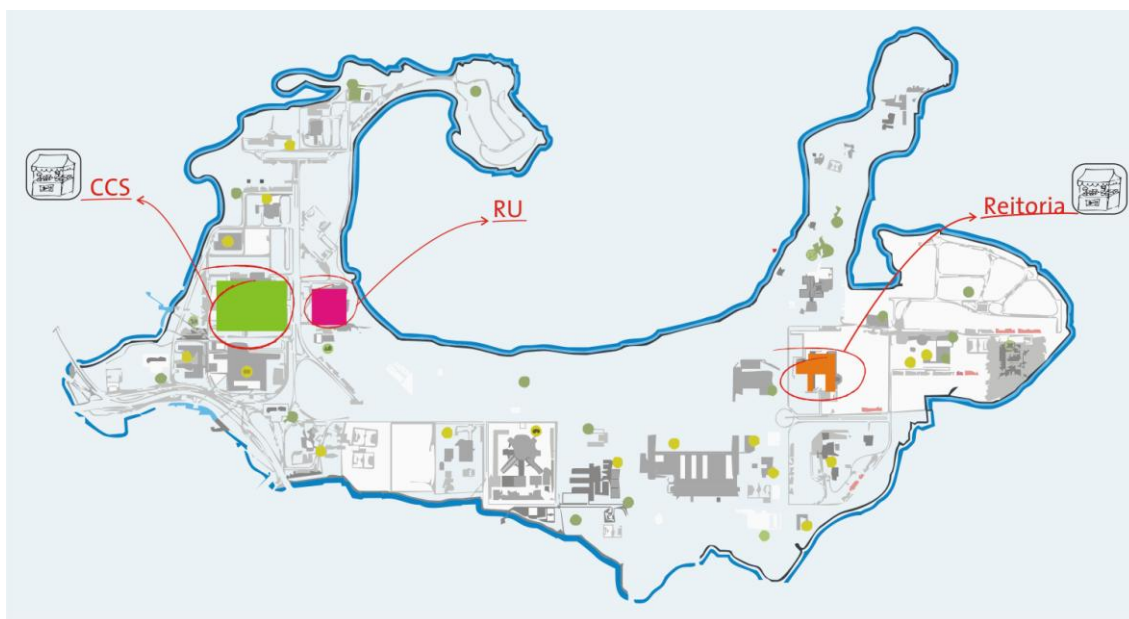


Figura 20: Localização da Feira no *campus* da Cidade Universitária da UFRJ
Fonte: elaborado pela autora (a partir do mapa do *campus* da Prefeitura da UFRJ)

Mas, comecemos pelo início...

Na década de 80 houve cortes do governo e um processo de sucateamento dos restaurantes universitários, conhecidos como bandejões. Apesar da resistência de parte da comunidade universitária, a proposta de fechamento foi aprovada em Conselho Universitário que entendeu que não era responsabilidade da instituição e do Estado garantir alimentação aos estudantes. Assim, por cerca de dezesseis anos, os alunos da UFRJ ficaram privados dessa assistência universitária.

Em 2005, depois de lutas e reivindicações, um novo sistema de alimentação, sob responsabilidade do Instituto de Nutrição Josué de Castro, foi inaugurado na universidade. Mas, agora ele surgia com uma proposta nova. Seus idealizadores viram nessa reinauguração a oportunidade de criar um espaço diferente na universidade, que não fosse apenas assistencialista.

O assistencialismo ao estudante foi confirmado como muito necessário para que ele pudesse ficar no campus, para que pudesse com pouco gasto ter uma alimentação de qualidade, balanceada. O assistencial era um ponto muito forte, mas por ser um elemento

*público dentro do campus universitário o sistema de alimentação teria que ter também outras ações. Ele teria que estar ligado a questões sociais, ambientais e também acadêmicas** (informação verbal)²⁵.

Com isso, os idealizadores passaram a pensar em algo que fosse realmente um sistema, englobando não apenas o Restaurante Universitário (RU) em si, mas os demais ambientes que oferecem alimentação dentro da universidade: alojamento, colégio de aplicação, quiosques e restaurantes. A idéia era auxiliar esses outros locais a se adequarem à oferta de uma alimentação saudável. Além disso, a proposta para as instalações da sede do novo RU (Figura 21), localizado na Cidade Universitária da Ilha do Fundão, visava torná-lo um lugar de maior integração, que não fosse apenas um restaurante, mas também um lugar de trocas, de vivência, de aprendizado.



Figura 21: Sede atual do Restaurante Universitário da UFRJ

Fonte: Arquivos do RU

- Sr. Cláudio isso não exigiria o envolvimento de outras pessoas da universidade?

- Com certeza Clarice. E por isso disse que o tal caleidoscópio não foi projetado sozinho.

Do outro lado da Ilha do Fundão, no prédio da Reitoria, as coisas também não estavam paradas. Ao mesmo tempo em que fervilhavam idéias para efetivar o tal novo sistema

* Neste capítulo todas as partes destacadas em itálico dizem respeito à informação verbal adquirida através de conversas e diálogos com os atores da Feira Agroecológica da UFRJ.

²⁵ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

de alimentação, em outro setor da universidade era pensada a Agência UFRJ de Inovação.

Como uma iniciativa da Pró-Reitoria de Pós-Graduação e Pesquisa/PR2, a Agência de Inovação foi criada em outubro de 2007 para desenvolver o papel de Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT) da UFRJ. Sua função é difundir os conceitos e aplicações da inovação na universidade e tem “a missão de ampliar um trabalho já iniciado [...] e articular ações relacionadas à Propriedade Intelectual e à Transferência de Conhecimento” (Agência UFRJ de Inovação, 2011). A concepção dessa Agência buscou atender as exigências da Lei de Inovação²⁶ que estabelece que toda Instituição de Ciência e Tecnologia deve ter um NIT.

– Mas, Sr. Cláudio, como essa agência está conectada com a história do caleidoscópio?

– Bem, até aqui, nenhuma novidade Clarice. Mas, acontece que na UFRJ a própria Agência de Inovação em si trazia uma proposta inovadora. Além de apoiar os requisitos de inovação tecnológica e propriedade intelectual, que são de sua natureza, um outro setor foi criado dentro dessa agência: o setor de Inovação Social.

– Inovação social? O senhor tem cada coisa estranha Sr. Cláudio!

– Isso mesmo, inovação social. Esse conceito diz sobre relações pessoais, sobre criação de novos modos relacionais. Podemos dizer que uma inovação social modifica as relações sociais ao dar respostas e satisfazer necessidades da vida das pessoas, e assim possibilita “transformar um marco de ação ou propor novas orientações culturais” (CRISES - Center for Research on Social Innovations, 2010).

– Parece legal isso, hein!

²⁶ Lei nº 10.973, de 2 de dezembro de 2004: “reflete a necessidade do país contar com dispositivos legais eficientes que contribuam para o delineamento de um cenário favorável ao desenvolvimento científico, tecnológico e ao incentivo à inovação”.

– É sim Clarice. Diferente de inovações tecnológicas, como os aparelhos novos que todos os dias surgem por aí, esse tipo de inovação fala de pessoas. Existe ainda um tipo especial de inovação social, as inovações sociais solidárias.

Do lado positivo, [...] são comprometidas com a ampliação e o aprofundamento de nosso senso de comunidade. Do lado negativo, [...] são comprometidas com evitar a crueldade [...]. Evitar a crueldade é o limite tanto com relação aos fins quanto aos meios de efetivação de inovações sociais solidárias. Não deve ser, portanto, compatível com nossa proposição de solidariedade nem aceitar a crueldade em nome de um novo senso de comunidade ampliado, nem aceitar a crueldade para ampliar o senso de comunidade.

As inovações sociais solidárias inventam solidariedade. Mas esse processo não se constrói pela imposição de algum valor universal que nos una e reúna, e sim como um resultado de interações dialogais com ‘outras pessoas que podiam ser eu’. Esse processo tem em descrições e re-descrições da realidade suas principais ferramentas de apoio. Isto implica e requer disponibilidade para: 1) compreender descrições do mundo em que vivemos que nos sejam não-familiares, alheias e estranhas a nossa linguagem comum e 2) aceitar re-descrições de nosso próprio modo de ser (BARTHOLO, 2008).

– Entendi. E o que isso tem a ver com a história do restaurante?

– Pois bem, o tal setor de inovação social da Agência de Inovação viu na alimentação um campo fértil para inovações sociais. Motivados pelos princípios do *Slow Food*, um movimento que valoriza o alimento “bom, limpo e justo” e a produção de pequenos produtores, e pelo ideal da gastronomia como um direito humano, os responsáveis por esse setor pensaram: por que não trazer essa idéia para o sistema de alimentação? O RU poderia ser o local de encontro dessas idéias, o elo. Isso tudo Clarice, foi em 2008.

A Agência então resolveu procurar os responsáveis pelo RU e foi muito bem recebida. Afinal, por parte do RU havia idéias muito próximas. É como se *juntasse a fome com a vontade de comer*²⁷. Mas, essa foi apenas a primeira conversa de muitas outras que se seguiriam.

Era preciso um encontro mais longo para convergir essas idéias, definir um objetivo e traçar ações. Para isso, a Agência de Inovação organizou uma reunião para aproximar essas pessoas que estavam com idéias convergentes. Naquele momento, além do

²⁷ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

peçoal do sistema de alimentação, algumas professoras do instituto de nutrição também foram convidadas.

Essa reunião foi rica em discussão e gerou várias alternativas de caminhos possíveis para se implantar as idéias do alimento “bom, limpo e justo” e da gastronomia como direito humano na UFRJ. As propostas foram alinhadas a partir dos conceitos de alimento orgânico, agricultura familiar e comércio direto. Por tudo isso, essa reunião se tornou um marco para seus participantes, e até hoje, quando perguntados sobre a origem da Feira, a primeira lembrança é essa reunião. Foi ali que nasceu a idéia, mas, como disse anteriormente, o caleidoscópio não nasceu para ser caleidoscópio, lembra?

Então, a proposta escolhida naquele momento não foi a feira. A idéia inicial era abastecer o RU com alimento orgânico provindo da agricultura familiar do estado do Rio de Janeiro. Uma ação que visava fortalecer a economia local e a agricultura do estado, e melhorar a alimentação a partir do conceito de segurança alimentar.

A partir dessa reunião foi formado, então, um grupo de trabalho, que mais tarde ganharia novos membros e se tornaria o grupo de organizadores da Feira Agroecológica da UFRJ (Quadro 8). Nesse ponto, a Feira da UFRJ se diferencia do exemplo da UFPB. Nesta iniciativa não existe uma organização composta por membros da própria universidade que responda pela Feira. Ela é uma iniciativa autônoma da associação de agricultores e as decisões são por eles tomadas. Sua relação com a universidade se dá através de projetos de pesquisa e como objeto de estudo em disciplinas de alguns cursos, como a engenharia de produção e a geografia. Através dessas iniciativas são realizadas várias atividades como: troca de experiências com outras associações e cooperativas do estado, aquisição de equipamento e cursos.

Quadro 8: Organizadores da Feira Agroecológica da UFRJ



Fonte: elaborado pela autora (arquivos da Agência de Inovação e do Grupo Capim Limão)

– Sr. Cláudio, essa idéia não parece tão inovadora, nem ao menos complicada, mas, pelo que você disse sobre o caleidoscópio, parece que ela não foi adiante. Por quê?

– Clarice, existe um ditado que diz *clareza demais ofusca*. Duvide sempre que achar que entendeu tudo perfeitamente. E nessa história não é diferente, ela também tem dessas coisas, quando você acha que entendeu, surge uma nova informação que muda tudo.

Olhando pela primeira vez, parece mesmo simples articular a tal proposta e pode ser difícil entender porque ela seria inovadora. Acho que mesmo as pessoas que estavam envolvidas com a proposta não tinham, até aquele momento, uma real noção do tamanho da empreitada que estavam iniciando. Elas entraram naquele universo e *não sabiam muita coisa. É muito complexo*²⁸.

Mas, vamos lá, tentarei explicar de maneira simples a situação que se formou.

²⁸ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

Era preciso definir várias questões e re-adequar o sistema de alimentação. Com isso o primeiro desafio que surgiu foi: *como adequar a nova proposta às questões legais?*²⁹.

A princípio, pode-se imaginar que esse problema era apenas uma questão de incluir uma restrição sobre o produto a ser adquirido na licitação para aquisição de alimentos. Mas, lembra que o RU ficou fechado por cerca de dezesseis anos? Pois então, antes desse episódio todo o sistema de bandejões funcionava com o serviço de funcionários da própria universidade. Com a paralisação, funcionários foram remanejados e alguns cargos de cozinha foram extintos na universidade, *não tinha mais como produzir a comida com funcionários da universidade*³⁰. Por isso, em sua nova versão, o sistema de alimentação teve que optar pela terceirização do serviço.

Ou seja, todo alimento que chega ao RU provém de uma empresa externa à universidade. Então, para que o alimento orgânico fosse adquirido, uma cláusula da licitação deveria exigir isso da terceirizada e não da universidade, porque não seria o sistema de alimentação que faria a compra diretamente. Esse era apenas o primeiro nó dessa história.

Enquanto essa questão ia sendo desenrolada com os setores responsáveis, outros nós apareceram. Um deles era a adequação do cardápio. O novo cenário proposto *mudava toda a lógica de trabalho dos nutricionistas*. Diferente das prateleiras dos supermercados que ‘tem tudo o ano todo’, a produção orgânica nos retorna a pensar a sazonalidade e a regionalidade dos alimentos. Com isso, *ao invés de montar o cardápio e depois buscar fornecedores, agora era preciso fazer o contrário – o que tem disponível para que eu possa montar o cardápio?*³¹.

Para atender a essa nova lógica de trabalho e à própria demanda do Restaurante Universitário, que serve, atualmente, cerca de 2,5 mil refeições por dia, seria preciso levantar as seguintes informações: quem são os agricultores familiares orgânicos do estado do Rio de Janeiro, onde estão situados, o que produzem e em que quantidade

²⁹ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

³⁰ *ibid*

³¹ *ibid*

produzem. Afinal, *o quantitativo para um item que fosse à salada, já era muita coisa. Precisaria de tempo para o restaurante readequar seu cardápio e para os agricultores se organizarem.*³²

Com essa demanda de sistematização de informações a Agência de Inovação iniciou um projeto de “Mapeamento da agricultura familiar agroecológica do Estado do Rio de Janeiro”. Seu objetivo era identificar, localizar e levantar dados sobre a produção agroecológica no estado para a elaboração de um banco de dados que ficaria disponível na web. A estratégia adotada foi buscar informações em fontes secundárias para depois verificar as informações através de visitas aos produtores.

Em uma pesquisa preliminar desse projeto foi detectado que, apesar de importantes, tais informações não existiam de maneira sistematizada e disponível em nenhuma das grandes instituições envolvidas com a agricultura familiar no estado. Com essa constatação o projeto ganhou uma importância ainda maior e manteve sua meta de servir, “inicialmente à demanda e interesses da UFRJ, mas posteriormente poderia ser expandido, tornando-se uma ferramenta pública que auxiliasse os interessados a adquirir alimento orgânico provindo da agricultura familiar de maneira direta” (em fase de elaboração)³³.

Os resultados preliminares do projeto apontam para uma interseção ainda pequena entre agricultura familiar e agricultura orgânica no estado do Rio. Além disso, constatam uma enorme precariedade no que diz respeito à comercialização e ao transporte por parte desses agricultores. Essa constatação é uma das formas de entender que a proposta do RU é inovadora, pois além de agir em um campo ainda nebuloso, onde muitas coisas ainda estão em construção, tenta contribuir para a efetivação deste tipo de produção. Além disso, ainda não se conhecem relatos de outros sistemas de alimentação universitária no país que tenham uma iniciativa desse tipo implantada.

³² ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

³³ GUARDATTI, Iris Mara; CARVALHO, Laura de Souza Cota; TEIXEIRA, Gabriel Pereira da Silva. [Sistematização do projeto de Mapeamento da agricultura familiar orgânica do estado do Rio de Janeiro]. Rio de Janeiro, 2011.

Dentro desse cenário, a proposta de abastecer o RU com alimento orgânico provindo da agricultura familiar se tornou um desafio para a UFRJ e, apesar dos entraves, a proposta ganhou força e aliados. Durante o percurso se juntaram aos atores dessa história alunos da Biologia participantes do Grupo Capim Limão, grupo esse que *desde sua criação, no segundo semestre de 2006, trabalhou com agroecologia*³⁴. Havia interesse por parte do grupo em colaborar com a proposta do RU.

Com a entrada desses novos atores a discussão sobre os conceitos de produção orgânica e agroecológica se tornou mais enfática, dada a experiência anterior com o assunto. Além disso, a presença do Grupo trouxe alguns contatos interessantes para o andamento do projeto como a Articulação Estadual de Agroecologia do Rio de Janeiro (AARJ).

Por outro lado, já em esfera nacional, foi instituída a Lei Nº 11.974, de 16 de junho de 2009, que trata da aquisição de produtos para a alimentação escolar. Pela nova lei:

Do total dos recursos financeiros repassados pelo FNDE³⁵, no âmbito do PNAE³⁶, no mínimo 30% (trinta por cento) deverão ser utilizados na aquisição de gêneros alimentícios diretamente da agricultura familiar e do empreendedor familiar rural ou de suas organizações, priorizando-se os assentamentos da reforma agrária, as comunidades tradicionais indígenas e comunidades quilombolas.

Ou seja, a proposta do RU estava em consonância com ações que estavam acontecendo no país e enfrentava problemas semelhantes. No entanto, é importante lembrar que a nova lei não abarcava as universidades, apenas escolas públicas de primeiro e segundo grau. O grande desafio de abastecer o RU era, a partir daquele momento, um desafio de toda a rede pública de ensino do país, não apenas no Rio de Janeiro, mas em vários outros estados brasileiros.

Com isso, "o grupo envolvido começou a participar de vários eventos [...] da Articulação Agroecológica do Estado do Rio de Janeiro, do CONSEA, do Fórum Fluminense de Saúde e Segurança Alimentar Sustentável, além de audiência pública na

³⁴ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

³⁵ Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação

³⁶ Programa Nacional de Alimentação Escolar: "tem por objetivo contribuir para o crescimento e o desenvolvimento biopsicossocial, a aprendizagem, o rendimento escolar e a formação de hábitos alimentares saudáveis dos alunos, por meio de ações de educação alimentar e nutricional e da oferta de refeições que cubram as suas necessidades nutricionais durante o período letivo" (Lei Nº 11.974).

ALERJ [...]” (em fase de elaboração)³⁷ para discussão do tema. Entre os pontos destacados nesses encontros uma questão recorrente era a falta de informação sistematizada sobre a produção familiar e como isso dificultava a implementação da Lei. Além disso, a *falta de organização e estrutura dos agricultores para atender à demanda do RU*³⁸ assim como às das escolas públicas também se configurou como um obstáculo.

– Então a história do tal caleidoscópio se iniciou dessa maneira!? Achei que seria simples abastecer o RU. Mas, se entendi direito, os responsáveis tiveram muitas dificuldades para implementar a proposta e ela acabou se transformando em uma Feira!? Foi isso?

– Mais ou menos. Realmente eles tiveram muitas dificuldades nessa empreitada, mas a proposta inicial não deixou de existir, não houve uma transformação e sim uma mudança de foco. A idéia de abastecer o RU continua sendo realizada em paralelo à Feira, é como se fosse preciso dar um passo atrás para seguir adiante. Foi preciso *recuar e fazer parte desse movimento de organização que estava em construção*³⁹.

– Entendi. Por isso você disse que precisou ser assim, precisou começar como Feira. Acredito que seja por causa de todas as dificuldades que eles enfrentaram para implementar a proposta de abastecimento do RU, não é isso? Mas, então, por que uma Feira, Sr. Cláudio?

– Porque era preciso começar de algum lugar, Clarice, que não fosse o abastecimento do RU para manter a proposta de inserção do alimento saudável na universidade. Depois de tudo que havia sido feito os organizadores não queriam desistir da idéia, mas também entenderam que era preciso iniciar de outro ponto. Quando viram que o processo seria demorado pensaram: *Então o que vamos fazer? Vamos ficar esperando até se adequar? Porque não começar com uma pequena feira?*⁴⁰.

³⁷ SISTEMA DE ALIMENTAÇÃO DA UFRJ. **Implantação da Feira Agroecológica da UFRJ**. Rio de Janeiro, 2011, p.4.

³⁸ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

³⁹ ibid

⁴⁰ ibid

Historicamente as feiras ocupam um espaço importante na venda de orgânicos no estado do Rio de Janeiro, pois foram “o primeiro canal tradicional de comercialização utilizado pelos agricultores no Estado do Rio de Janeiro, através da Feira Orgânica na cidade de Nova Friburgo, fruto de uma parceria agricultores-poder municipal, no ano de 1985” (FONSECA e CAMPOS, 1999, p.11).

A idéia da Feira na UFRJ já havia sido pensada naquela primeira reunião e *dentre todas as ações pensadas, ela foi a que se tornou mais viável*⁴¹. Além de ser uma iniciativa de menor proporção, ela poderia ser um caminho possível para se aproximarem daquele universo até então tão distante para a maioria dos envolvidos.

A Feira seria, então, uma maneira de: *estabelecer um pólo de comercialização para o pequeno agricultor orgânico no campus; aproximar-se das pesquisas e estudos sob a temática do alimento*⁴²; *familiarizar a comunidade universitária com o tema*⁴³; *trazer a discussão da agroecologia para a universidade*⁴⁴; *e criar mais um canal de escoamento para a agricultura familiar*⁴⁵. Com esse contato mais próximo com o agricultor, outras ações poderiam ser pensadas, inclusive a articulação para abastecimento do RU.

Mas, logo veio a dúvida: *será que haveria demanda para essa oferta dentro do campus? Era muita responsabilidade trazer os agricultores*⁴⁶.

– Então, como começou essa Feira? Como encontraram os agricultores?

Era preciso começar de algum lugar, fazer um teste. Nenhum dos idealizadores sabia se aquela idéia ia ser apropriada. Se a feira ia realmente dar certo. A solução encontrada foi testar um protótipo da feira antes de implementá-la definitivamente. Foi quando surgiu a idéia do evento ‘Encontro de Sabores e Saberes’ (Figura 22), lema que mais tarde se tornaria expressão do conceito da Feira.

⁴¹ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁴² ibid

⁴³ ibid

⁴⁴ ibid

⁴⁵ ibid

⁴⁶ ibid



Figura 22: I Encontro de Sabores e Saberes – UFRJ
 Fonte: arquivo da Agência de Inovação da UFRJ

Realizado em 21 outubro de 2009, nos jardins do Restaurante Universitário, o evento teve o intuito de “comemorar o Dia Mundial da Alimentação e avaliar a receptividade da comunidade universitária à comercialização de alimentos orgânicos no *campus*” (em fase de elaboração)⁴⁷. Além da inauguração da Feira Agroecológica da UFRJ foram realizadas nesse evento atividades científicas e culturais. O evento teve boa repercussão e cresceu ainda mais em sua segunda versão em 2010. A Feira foi bem aceita pelos participantes, e para os organizadores o evento *comprovou que tinha público na universidade*⁴⁸.

Como último teste de receptividade da comunidade do *campus* universitário, foi realizada mais uma Feira experimental em dezembro. Mas, dessa vez, ela aconteceu de maneira isolada, “descolada de qualquer evento ou comemoração” (em fase de

⁴⁷ SISTEMA DE ALIMENTAÇÃO DA UFRJ, op. cit., p. 4.

⁴⁸ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

elaboração)⁴⁹. Após esse último teste, foi realizada uma reunião com os agricultores para avaliação da inserção da Feira no *campus* de maneira permanente e ela foi aprovada. Os organizadores *ficaram mais seguros de que daria certo*⁵⁰.

Houve no início uma idéia de se realizar a Feira mensal, *mas era preciso ser semanal, porque as pessoas fazem feira toda semana, e se queria mudar uma forma de consumo não poderia ser mensal*⁵¹. Compreendendo essa demanda, a proposta da Feira semanal foi aprovada e o grupo de agricultores participantes demonstrou interesse em continuar fazendo parte da Feira Agroecológica da UFRJ. Eles se dispuseram a participar da construção daquele empreendimento, que se iniciou com o trabalho voluntário de todos os envolvidos, e entenderam, naquele momento, que era *preciso a participação de todos*⁵².

Nessa reunião de aprovação da Feira semanal ficaram decididos os seguintes pontos:

- a) Realização semanal da Feira Agroecológica da UFRJ tendo como feirantes somente agricultores familiares de bases agroecológicas/orgânicos do estado do Rio de Janeiro;
- b) Comercialização de hortaliças orgânicas e seus derivados processados ou beneficiados;
- c) Participação dos agricultores da UNIVERDE (Cooperativa de Agricultura Familiar e Produtos Orgânicos), COOPAGÉ (Cooperativa dos Pequenos Produtores Rurais e Agricultores Familiares do Município de Magé), SERORGÂNICO (Associação de Produtores Orgânicos de Seropédica); APFASB (Associação dos Produtores, Familiares e Amigos da Serra do Barbosão – Tanguá); AFOJO (Associação dos Agricultores Rurais, Artesãos e Amigos da Micro Bacia do Fojo – Guapimirim) e a Associação de Produtores Orgânicos de Petrópolis.
- d) Comprometimento do INJC/UFRJ com a capacitação e assessoria aos agricultores com vistas à certificação e melhoria contínua da qualidade dos produtos comercializados na feira.
- e) Fórum Coletivo para decisões com participação paritária e direito a voz e voto a todos os envolvidos no projeto. (em fase de elaboração)⁵³.

Você perguntou também sobre os agricultores.

⁴⁹ SISTEMA DE ALIMENTAÇÃO, op. cit., p. 4.

⁵⁰ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁵¹ *ibid*

⁵² *ibid*

⁵³ SISTEMA DE ALIMENTAÇÃO da UFRJ, op. cit., p. 4

Pois bem, os grupos de agricultores que iniciaram a Feira semanal, foram os que acabei de citar (Quadro 9), mas no “I Encontro de Sabores e Saberes” havia mais agricultores. Os organizadores convidaram produtores de várias partes do estado por intermediação de alguns atores como: SEBRAE, Associação dos Agricultores Biológicos do Estado do Rio de Janeiro (ABIO), Articulação Agroecológica do estado do Rio de Janeiro e Grupo Capim Limão. Entretanto, alguns deles desistiram durante o caminho e participaram apenas do evento, mas os que iniciaram a feira semanal estão até hoje (Figura 23).

Quadro 9: Grupos de produtores que participam da Feira Agroecológica da UFRJ

Grupo	Município	Participantes
AFOJO Associação produtores rurais, artesãos e amigos da micro bacia do Fojo	Guapimirim	Neuza Oreny Maria Benevides Laurinda Clemilda William Ana Cláudia
APFASB Associação dos produtores familiares e amigos da Serra do Barbosão	Tanguá	Delson Dircilene
Associação de produtores orgânicos de Petrópolis	Petrópolis	Maria Cláudia Maria Cristina
COOPAGÉ Cooperativa dos Pequenos Produtores Rurais e Agricultores Familiares do Município de Magé	Magé	Juracy Rui Maria de Lurdes Juliana José Antonio (Callado) Elizabeth Leodicéia
SerOrgânico Grupo de Produtores Orgânicos	Seropédica	João Pimenta Juracy Iracly Félix
UNIVERDE Cooperativa de Agricultura Familiar e Produtos Orgânicos	Nova Iguaçu	Alzenir Juvenil Bernardo Marli Tonha Rosemeire

Fonte: elaborado pela autora



Figura 23: Agricultores da Feira Agroecológica UFRJ

Fonte: arquivos da autora, da Agência de Inovação e do Grupo Capim Limao

O que é interessante notar no grupo de agricultores que se formou na Feira da UFRJ é sua heterogeneidade. Geograficamente, os grupos de produção estão localizados dentro de um raio de cerca de 68 km da Cidade Universitária (Figura 24). Há uma concentração de produtores na região metropolitana do Rio de Janeiro e apenas um grupo de outra região do estado, o de Petrópolis, que faz parte da região Serrana.



Figura 24: Grupos de produtores que participam da Feira Agroecológica da UFRJ
 Fonte: elaborado pela autora

Essa variedade da Feira da UFRJ se difere de outros exemplos, como o da Feira Agroecológica da UFPB (Universidade Federal da Paraíba) (Figura 25). Criada em 2002, a Feira da UFPB é composta por agricultores de uma mesma associação – Ecovárzea – localizados em apenas dois municípios paraibanos de uma mesma região distantes da Universidade a cerca de 65 km. Isso torna o grupo mais coeso e a logística menos complexa.



Figura 25: Feira Agroecológica da UFPB
 Fonte: arquivos da autora

Na UFRJ, essa diversidade seria vista, mais tarde, como ponto forte e fraco da Feira. Forte, por permitir certa diversidade de produtos, devido à diferença de solo e clima. Mas ao mesmo tempo, se configura como um fator que dificulta a consolidação de um grupo coeso. Tal dificuldade reflete em um processo mais demorado para tomadas de decisão e em maior complexidade para organização de vendas coletivas.

– Mas, antes disso Sr. Cláudio, faz sentido essa Feira de orgânicos dentro da UFRJ?

Parece uma loucura a iniciativa, não é mesmo!? Mas, estrategicamente ela está bem posicionada na cidade do Rio de Janeiro. A região em que está situada até então não dispunha de uma feira de orgânicos, ao mesmo tempo em que possui público consumidor. Diante disso, a Feira da UFRJ poderia vir a se tornar um local de vendas de produtos orgânicos não apenas para a comunidade universitária, mas também para a do entorno do *Campus*, como a Ilha do Governador.

Há na verdade, uma grande concentração de feiras na zona sul da cidade, dado o poder aquisitivo da região. Se analisarmos a disposição de feiras de orgânicos no Rio de Janeiro como um todo (Figura 26), veremos que “as feiras se apresentam como um canal de comercialização subaproveitado. Isto fica claro quando observamos o pequeno número de feiras envolvidas neste mercado” (FONSECA e CAMPOS, 1999, p.12).



Figura 26: Feiras de orgânicos na cidade do Rio de Janeiro

Fonte: elaborado pela autora

Voltando à história... Com a decisão de iniciar a feira semanal era preciso conseguir uma autorização da universidade para tal empreendimento e então dividir as responsabilidades daquela parceria. A pró-Reitoria de planejamento autorizou a realização da Feira e a Reitoria se comprometeu a pagar o aluguel das barracas por 3 meses. Quanto às responsabilidades, elas ficaram definidas da seguinte maneira: a equipe da UFRJ se comprometeu a assumir a infra-estrutura de barracas, a fornecer alimentação aos agricultores e manter os espaços, por outro lado, o transporte e os produtos para venda ficaram sob responsabilidade dos agricultores.

A Feira então se instaurou semanalmente a partir do dia 29 de abril de 2010, todas as quintas-feiras no *hall* do RU, no *campus* da Cidade Universitária na Ilha do Fundão. Inicialmente o horário proposto foi de 9 às 16hs. Mas, com o próprio andamento da feira e o contato dos agricultores com os consumidores eles detectaram a necessidade de alteração do horário de funcionamento para início às 10h e término às 15h (Figura 27).



Figura 27: Feira Agroecológica da UFRJ no *hall* do RU em seus primeiros meses
Fonte: Grupo Capim Limão

– E como foi esse início? Por que decidiram fazer a Feira no RU?

Clarice, esse começo não foi fácil. As vendas *iniciaram devagar*⁵⁴ e exigiu paciência e esforço por parte dos agricultores para se manterem ativos. Um dos motivos que os sustentaram foi a crença de que *a UFRJ tinha um público diferenciado e o ambiente de educação e uma percepção diferente das coisas favoreceriam a venda do produto*

⁵⁴ AGRICULTORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

*orgânico*⁵⁵. Além disso, para se tornar real, a Feira demandava investimento de todos os envolvidos. E esses envolvidos eram pessoas que não se conheciam e estavam reunidas de maneira voluntária para a construção conjunta daquele caleidoscópio. Como em um jogo de imagens, de uma semana para outra, com um pequeno movimento, coisas novas se desenhavam.

Eram conceitos, legislações, decisões, avaliações, problemas... Muitas informações novas para todos aqueles que faziam parte daquela empreitada, na qual o grande desafio passou a ser o diálogo – a construção de uma linguagem comum a partir do encontro daqueles tantos vocabulários diversos.

Além desse, houve vários outros desafios e em diversas esferas. Por um lado, era preciso estabelecer um consenso sobre conceitos básicos que permeavam à feira como alimentos orgânicos, agroecologia, agricultura familiar; começar a construir regras, regimentos, consolidar a Feira dentro do *campus*. Mas, por outro, havia ainda problemas com transporte e produção.

Os agricultores precisavam fechar parcerias com suas cooperativas, associações ou mesmo prefeituras e secretarias para assegurar o transporte do alimento até a universidade. Por esse motivo, alguns grupos chegaram a se ausentar das feiras no início. Além disso, os agricultores precisavam identificar as demandas e a oferta de produtos para organizar e planejar a produção. O que levou a um “aumento gradativo tanto, na variedade, quanto na quantidade de produtos disponibilizados” (em fase de elaboração)⁵⁶.

Ainda nesse início, em maio de 2010, a Feira recebeu um convite para participar de um evento de homenagem à professora Samira Mesquita. Foi quando surgiu a oportunidade de realizar uma feira no prédio da Reitoria, que mais tarde, a partir de julho de 2010, se tornaria a primeira extensão da Feira fora do RU.

Por falar em RU, você me perguntou por que a Feira se iniciou lá.

⁵⁵ AGRICULTORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁵⁶ SISTEMA DE ALIMENTAÇÃO DA UFRJ, op. cit., p. 7.

Pois então, essa decisão de estabelecer a Feira no RU dizia sobre as intenções do Sistema de Alimentação e seu anseio em se estabelecer como algo maior. Nesse sentido, a própria sede do RU se instituiu como um lugar de grande carga simbólica dessa idéia, como o lugar para efetivar as propostas desse sistema. Contudo, mais adiante, eles entenderiam que estrategicamente o RU não era uma boa localização para a Feira.

Voltando à Feira realizada na Reitoria. Por ocasião do evento, ela *alcançou boas vendas*⁵⁷ e sua instalação nesse prédio foi um pedido dos próprios agricultores e dos consumidores. Realizada no mesmo dia e horário da Feira do RU, essa nova configuração demandou uma redistribuição das barracas e dos agricultores. A partir daquele momento, cada um deles tinha o direito de ter um espaço em cada um dos pontos de venda. Nessa ocasião alguns optaram por ficar apenas no RU, mas a maioria se dividiu entre os dois lugares, devido à diferença de venda.

– Se entendi direito Sr. Cláudio, a Feira na Reitoria era melhor em vendas. Então, por que alguns agricultores optaram por ficar apenas no RU?

A Feira na Reitoria era mesmo melhor em vendas. A diferença entre os dois locais estava no público predominante e em uma característica do *campus* da Cidade Universitária da UFRJ: o pouco deslocamento das pessoas de um prédio a outro. Enquanto o prédio da Reitoria é freqüentado por alunos de graduação, professores e funcionários, o RU é freqüentado, basicamente, por alunos de graduação que vão até lá apenas para almoçar. *E a verdura não é o forte dos alunos. Eles compram apenas doces para sobremesa*⁵⁸.

Apesar disso, os agricultores se mantiveram por lá e alguns até optaram por permanecer somente naquele ponto, porque o RU se transformou para todos em um lugar simbólico

⁵⁷ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁵⁸ AGRICULTORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

*de onde tudo começou*⁵⁹. Nas palavras de um deles: *eu me apego onde eu comecei. E eu viso o dinheiro também, mas o principal para mim foi o jeito que isso aqui foi feito*⁶⁰.

Continuando a história, mais adiante, em agosto, o RU passaria por reformas e a Feira seria deslocada provisoriamente para o CCS. Não distante do que ocorreu na Reitoria, a Feira foi muito bem aceita e “como desdobramento, a Decana do CCS, Maria Fernanda Quintela disponibilizou total apoio a presença da Feira Agroecológica da UFRJ, semanalmente, no CCS”⁶¹.

Entretanto, essa mudança não foi imediata. Ela ocorreria apenas em 11 de novembro de 2010, com a transferência de toda a estrutura de Feira do RU para o *hall* do CCS, e durante esse espaço de tempo muitas coisas aconteceram.

Aos poucos a Feira foi se consolidando, as imagens do caleidoscópio foram se tornando menos turvas. A extensão da Reitoria passou a dar bons resultados e a Feira da UFRJ *passou a ser principal fonte de renda*⁶² de alguns agricultores.

Um projeto enviado à Fundação Banco do Brasil foi aprovado e a Feira conseguiu recursos para adquirir barracas próprias, que até aquele momento ainda estavam sendo alugadas pela Reitoria. No dia 07 de outubro de 2010, foi realizada a inauguração oficial da Feira Agroecológica da UFRJ (Figura 28). Ainda nesse mês, a Feira recebeu uma Moção Honrosa da Câmara Municipal do Rio de Janeiro como reconhecimento do trabalho com a questão agrícola e o comprometimento em gerar “alternativas ao modelo vigente de produção de alimentos e de escoamento dos alimentos produzidos por agricultores familiares”⁶³.

⁵⁹ AGRICULTORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁶⁰ *ibid*

⁶¹ SISTEMA DE ALIMENTAÇÃO DA UFRJ, *op. cit.*, p. 7.

⁶² AGRICULTORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁶³ Moção concedida à Feira da UFRJ pela Câmara municipal do Rio de Janeiro (ANEXO 2)



Figura 28: lançamento oficial da Feira Agroecológica da UFRJ

Fonte: arquivo da Agência UFRJ de Inovação

Você pode ver Clarice, que muitas coisas haviam andado até aquele momento. Mas, ainda assim, a Feira *estava longe de ser o que se pensou*⁶⁴. Existiam vários pontos frágeis na construção daquele caleidoscópio.

– Não é tão simples quanto eu imaginei que fosse...

– Não mesmo, Clarice. A construção de um caleidoscópio é, às vezes, bem complexa. Você pode cuidar de todos os detalhes durante a construção, mas quando vai conferir se está indo tudo bem percebe que algumas peças ainda não estão bem encaixadas ou que o espelho não está refletindo de maneira adequada. Enfim, é um trabalho de observação e avaliação contínuo.

No caso da Feira, em sua proposta de se efetivar como uma inovação com o conceito de ‘encontro de sabores e saberes’ a Feira ainda não passava de um espaço mercantil e se mantinha como uma feira tradicional. Afinal, *a parte dos saberes estava capenga, não estava estruturada. E sem os saberes ela era uma feira tradicional*⁶⁵.

Outro ponto era a certificação. Inicialmente foram convidados para a Feira agricultores com certificado de orgânicos ou em fase de transição. “Em nenhum momento, a priori, exigiu-se que os envolvidos fossem certificados, pois, como uma instituição pública

⁶⁴ AGRICULTORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁶⁵ *ibid*

produtora de conhecimentos, reconhecia-se o dever da UFRJ no auxílio aos agricultores familiares no processo de [...] adequação às leis”⁶⁶.

Contudo, essa era mesmo uma questão muito delicada. Ela era compreendida de maneira muito distinta pelos envolvidos com a Feira, o que gerou uma série de reuniões, debates para se chegar a um consenso. Mas, o importante nessa história de certificação, e às vezes difícil de entender, é que “o comércio de orgânicos no Brasil e no mundo depende da relação de confiança entre produtores e consumidores” (BRASIL, 2008a, p.7). Não é apenas uma questão de selo.

No Brasil, muitos

agricultores familiares no país inteiro produz alimentos sem agrotóxicos e outras substâncias químicas prejudiciais ao ambiente e à saúde humana e animal. Mas, pela natureza e dimensão econômica da atividade agrícola familiar, esses agricultores não se enquadram à norma legal de produção orgânica. (SOUZA, 2009, p.17)

Tentando atender a essa demanda, hoje “a legislação brasileira prevê três diferentes maneiras de garantir a qualidade orgânica dos seus produtos: a Certificação, os Sistemas Participativos de Garantia (SPG) e o Controle Social para a Venda Direta” (BRASIL, 2008b, p.7). No caso dos agricultores da Feira, até este momento havia três ou quatro agricultores com certificação por auditoria e os demais estavam se organizando para o SPG. Este tipo de garantia de qualidade orgânica demanda a formação de dois grupos de pessoas: Membros do Grupo (fornecedores e colaboradores) e Organismo Participativo de Avaliação da Conformidade (OPAC) (comissão de avaliação e conselho de recursos), e envolve a presença dos consumidores no processo em Visitas de Verificação da Conformidade que acontecem, no mínimo, uma vez por ano (BRASIL, 2008b).

Os produtores que passarem por um dos dois tipos de avaliação da conformidade existentes hoje no país – SGP e Auditoria – apresentarão o selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica (SisOrg) (Figura 29). A partir de 1º/01/2011, ele se tornou “o selo público oficial que será usado para identificar e controlar a produção nacional de orgânicos”.

⁶⁶ SISTEMA DE ALIMENTAÇÃO DA UFRJ, op. cit., p. 8.



Figura 29: Selo do Sistema Brasileiro de Avaliação da Conformidade Orgânica

Fonte: <http://www.prefiraorganicos.com.br/media/19589/selo%20do%20sisorg.jpg>

– Sr. Cláudio, e o que os consumidores estavam achando dessa história toda?

– Bem Clarice, para os consumidores, a Feira da UFRJ só faz sentido porque é orgânica. Diferente disso, ela teria pouca chance de sucesso dentro do *campus*. Vários consumidores são enfáticos em afirmar que *se fosse uma feira igual às outras não faria, faria perto de casa*⁶⁷. Ainda que desconheçam a abrangência do conceito de alimentos orgânicos, compreendendo-os apenas como produtos sem agrotóxicos, esses consumidores têm preferência por esse tipo de produto e são conscientes da compra que realizam.

O que se observa é que, apesar da compreensão superficial que têm dos alimentos orgânicos, esses consumidores entendem que a produção nesse sistema é, às vezes, mais difícil que no sistema convencional. Para muitos deles *a feira não é mais ocasional, a quinta-feira já se transformou em dia de feira*⁶⁸. Para os que são moradores da Ilha do Governador, a feira se transformou em oportunidade de compra de orgânicos, já que o *preço no supermercado é inviável*⁶⁹.

Na medida do possível, dada ainda a restrição de produtos ofertados na Feira, os consumidores têm dado preferência à Feira da UFRJ, e *os produtos que têm na feira não compram mais em lugar nenhum*⁷⁰. Alguns deles requisitam ainda *mais barracas e*

⁶⁷ CONSUMIDORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁶⁸ *ibid*

⁶⁹ *ibid*

⁷⁰ *ibid*

*maior diversificação de produtos*⁷¹ e destacam que *se deve manter o contato direto com os produtores*⁷².

Voltando ao exemplo da Feira da UFPB, existem outras peculiaridades que a distinguem da Feira da UFRJ. Uma delas é o horário de funcionamento. Apesar de estar no *campus* universitário, na UFPB a Feira funciona de quatro horas da manhã ao meio dia e seu maior movimento de vendas acontece de quatro às oito horas da manhã. Em uma dinâmica diferente da do Rio de Janeiro, os consumidores da Feira da UFPB, internos ou externos à universidade, se deslocam até o local apenas para fazer a Feira e retornam para casa antes de ir para o serviço. Por uma questão até mesmo de distância e logística isso se torna inviável na UFRJ, criando uma outra dinâmica e organização da Feira. Neste caso, o grande volume de vendas ocorre logo na abertura e na hora do almoço. Na UFRJ, o fato da maioria dos consumidores permanecerem no *campus* após a compra demanda deles uma organização para acondicionar os produtos até o final da tarde, quando vão embora, o que inclusive inviabiliza ou dificulta a compra para alguns

– Mas Sr. Cláudio, como esses agricultores se organizam para atender à Feira?

– Essa é uma boa pergunta Clarice. Como um evento semanal, a Feira demanda a organização, gestão e o controle de várias questões para que possa operar. Como uma construção coletiva, tanto organizadores quanto agricultores atuam nos níveis estratégico (institucional), tático (intermediário) e operacional (executivo) da Feira (OLIVEIRA, 2002), tomando decisões em conjunto. No entanto, ainda assim, algumas funções e responsabilidade são distribuídas entre os organizadores e os agricultores.

Como já disse anteriormente, os organizadores são responsáveis pela infra-estrutura de barracas, por fornecer alimentação aos agricultores e por manter os espaços, que se caracterizam como função de produção⁷³ da Feira em si (SLACK *et. al*, 2002). Mas, além disso, a organização atua nas operações da função *marketing* (SLACK *et. al*,

⁷¹ CONSUMIDORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁷² *ibid*

⁷³ “A função de produção (ou simplesmente função produção) na organização representa a reunião de recursos destinados à produção de seus bens e serviços. Qualquer organização possui uma função produção porque produz algum tipo de bem e/ou serviço” (SLACK *et. al*, 2002, p.32).

2002), sendo responsáveis pela criação de material gráfico e a divulgação da Feira no *campus*, criação de novas parcerias e participação em eventos.

Por outro lado, os agricultores são responsáveis pela função produção dos produtos em si. Tal responsabilidade demanda planejamento e organização por parte dos agricultores, sendo pontos de grande fragilidade para vários deles, o que acaba por implicar na quantidade e variedade de produtos ofertados na Feira. Apenas uma agricultora, que possui curso técnico em agronomia, apresenta um domínio claro do assunto e consegue uma boa diversificação de sua produção. Nesse sentido, o que precisa estar claro é que qualquer produto *gasta no mínimo três meses para chegar ao ponto de colheita*⁷⁴ e, que o que *se colhe em um dia, se planta no outro, para não haver furos na produção*⁷⁵.

Além disso, é necessário para que consiga alcançar uma diversidade na própria Feira que se efetivem, tanto uma gestão do terreno para que se consiga otimizar a produção como também uma programação conjunta da produção pelos agricultores. A produção de alimentos para a Feira exige dos agricultores uma complexa dinâmica de operações (Figura 30). Para muitos desses agricultores a Feira é uma *situação financeira que tem que dar certo*⁷⁶, e isso implica reconhecer como lhes é importante compreender essas questões.

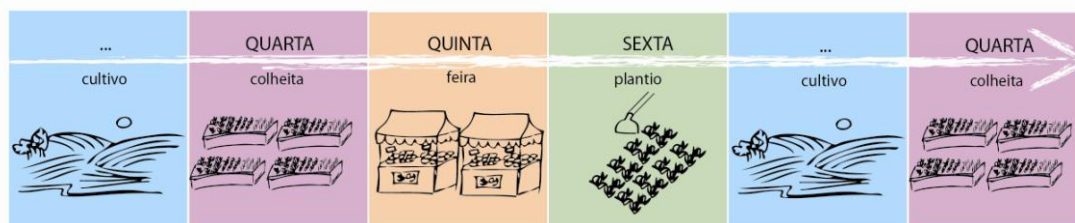


Figura 30: Organização da produção
Fonte: elaborado pela autora

Para manter o controle das vendas e propiciar a criação de um histórico, a organização da Feira propôs a criação de um documento específico, designado *romaneio* (ANEXO

⁷⁴ AGRICULTORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁷⁵ *ibid*

⁷⁶ *ibid*

1). O documento é análogo a uma caderneta de simples preenchimento, a ser atualizada e recolhida semanalmente.

– Então Sr. Cláudio, o que você está me dizendo é que a Feira não pode ser vista apenas como um acontecimento isolado, mas como um evento que demanda uma organização e planejamento em vários níveis. Se entendi direito, sua idéia é que a Feira precisa ser entendida como um negócio para que consiga se potencializar como fonte de renda para os agricultores. É isso?

– Exatamente Clarice! Acredito que, se e quando conseguimos mudar a forma como vemos (percebemos) uma situação, conseguimos também mudar a forma como atuamos sobre ela. Veja o objeto que você tem nas mãos. No dia em que você deixar de ver apenas flores no interior do caleidoscópio e passar a ver outros elementos, novos questionamentos surgirão e você passará a interagir de outra maneira com ele.

No caso da Feira, se formos capazes de enxergá-la como um empreendimento, um negócio, entenderemos a importância do que se estava dizendo anteriormente sobre a organização e o planejamento. Pensando dessa maneira, uma característica que a diferencia dos demais locais de vendas de alimentos orgânicos é o comércio direto (Figura 31), qual seja, a possibilidade de se relacionar diretamente com o produtor dos alimentos e de manter com ele uma relação de maior proximidade.

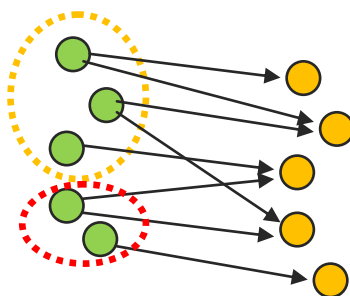


Figura 31: Tipo de comercialização realizado na Feira da UFRJ
Fonte: elaborado pela autora

Clarice, se fizéssemos uma analogia da feira com um rio, poderíamos dizer que a Feira Agroecológica da UFRJ, assim como a da UFPB, fazem a ligação das margens através de uma ponte (Figura 32). Por ser agente permanente, a ponte mantém a possibilidade dos dois lados (produtores e agricultores) se conectarem livremente. Nas palavras de um

dos agricultores da UFPB “a feira não é só comércio, é ponto de encontro”. Como tal ela permite a construção de um tipo de relação saudável entre agricultores e consumidores.

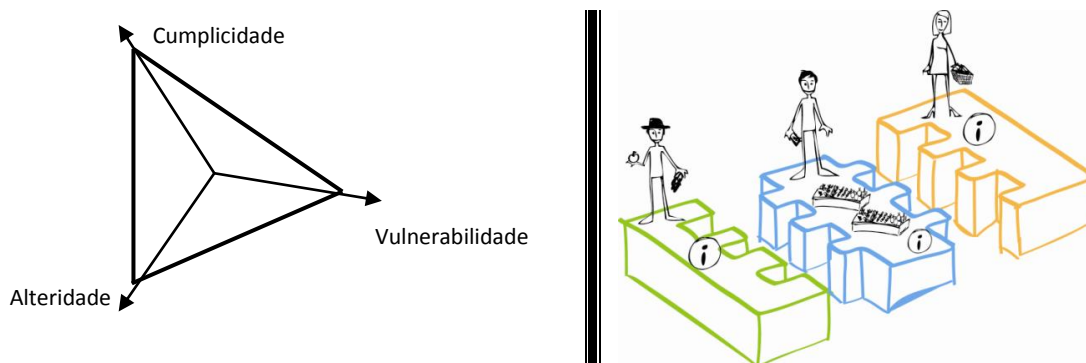


Figura 32: Qualificadores e modos relacionais na Feira da UFRJ
Fonte: elaborado pela autora

Em uma possibilidade de qualificação dos modos relacionais que se estabelecem na Feira, diria que ela se aproxima do modo eu-tu, no qual prevalecem relações interpessoais fortes, que não são apenas funcionais. Assim, a feira facilita a cumplicidade, o que pode ser um importante elemento de “economias *com* mercado”. Já as “economias *de* mercado” buscam formalizar critérios estritamente funcionais de eficiência, produtividade e rentabilidade para suas operações.

Nos últimos anos do séc. XX,

“mercadinhos locais começaram a desaparecer, substituídos por supermercados baratos, porém sem vida. A motivação para reduzir preços – por meio de processos industriais como embalagens, conservantes químicos, refrigeração, armazenamento e transporte de longa distância – não apenas excluiu grande parte da qualidade natural do alimento, como também desumanizou uma experiência essencialmente próxima às origens da sociedade humana. A crescente popularidade de feiras de produtores [...] sugere que os consumidores estão ávidos por uma experiência diferente de compra de alimentos” (BROWN, 2010, p.109).

É assim que as feiras podem se tornar fecundos espaços para a afirmação de possibilidades de vínculos interpessoais, renovados ou resgatados, diversos da impessoalidade dos grandes shoppings de comércio e consumo de massa. O espaço de experiências e o horizonte de expectativas das feiras afirmam primazia para a proximidade relacional, permeada pela cumplicidade e a confiança mútua, sobre a mera objetividade funcional das certificações (os diversos selos técnico-científicos de qualidade).

Questão a ser destacada é: até que ponto a propagação das feiras é viável para atender demandas de grandes centros urbanos como o Rio de Janeiro? E principalmente: como solucionar a complexidade dos problemas de logística e transporte a isso associados?

Existe uma restrição por parte dos próprios agricultores quanto à participação em feiras, no máximo duas por semana, que está atrelada a sua imperativa presença em campo para plantio e cultivo dos alimentos. Dessa maneira, para que consiga alcançar bons resultados com vendas em apenas dois dias da semana se torna necessário que essas feiras tenham uma grande capilaridade ou atendam a demandas maiores. Diante disso, acredita-se que se as feiras pudessem se tornar pequenos centros de distribuição, a demanda de grandes centros urbanos talvez pudesse ser passível de atendimento direto por pequenos produtores, uma vez que um espaço e dia determinados facilitariam o processo de logística e transporte por parte dos agricultores.

Um dos maiores desafios do processo de consolidação da Feira da UFRJ foi sua construção dialógica, por mim expressa nessa dissertação através da metáfora do caleidoscópio. A experiência foi (e tem sido) rica para os envolvidos. É forte a convergência de seus depoimentos sobre isso. Mas o processo em curso evidenciou que construir junto é uma iniciativa arriscada, que exige disponibilidade de rever opiniões e re-fundar discursos estabelecidos. A diversidade de opiniões e percepções enriquecem o encontro, mas também o tornam mais complexo, pois em todo diálogo autêntico *os ritmos dos interlocutores são diferentes, seus tempos são outros*⁷⁷. É talvez principalmente por isso que alguns organizadores acreditam que *a feira ainda não é*⁷⁸.

Na verdade, Clarice, penso que talvez as feiras “nunca sejam”, porque elas estão sempre em construção. O que a dinâmica da Feira da UFRJ tem permitido aos seus atores é *um verdadeiro encontro e a perspectiva de se apostar na construção de coisas melhores*⁷⁹.

⁷⁷ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁷⁸ *ibid*

⁷⁹ *ibid*

Apesar de ser um projeto institucionalizado na Universidade, ela não é apenas universitária em sua realização, ela é um *grande aprendizado recíproco*⁸⁰.

– Eu entendi o que o senhor quer dizer Sr. Cláudio, mas, para a universidade o que a feira trás de novo?

– Pois bem Clarice, além dos benefícios para os envolvidos diretamente, a Feira trouxe consigo a possibilidade de uma nova dinâmica para o *campus* universitário. Como um lugar em potencial para o encontro, *ela pode permitir que a cidade universitária se integre mais. A Feira é inovadora para a própria vida no campus*⁸¹. Ela é uma iniciativa seminal que abre novos horizontes de possibilidades. Assim, mais recentemente, várias outras ações estão sendo pensadas. O desafio de abastecer o RU se mantém e um projeto de iniciar a venda em maiores quantidades tem sido pensado junto com um restaurante privado localizado no *campus*. Quanto à certificação, os processos estão mais adiantados e a UFRJ tem participado do processo como representante dos consumidores no processo de avaliação para a certificação. Agricultores de outras localidades do estado têm demonstrado interesse em aderir ao grupo, mas ainda não se sabe como se dará essa expansão. Além disso, a Feira tem se tornado objeto de estudo de projetos de pesquisa e extensão e tema de trabalhos em disciplinas de alguns cursos de engenharia e no curso de nutrição, consolidando sua relação com outras esferas da universidade e abrindo a possibilidade de novas intervenções.

Depois de toda essa história Clarice, o que podemos perceber é que existem várias peças diferentes no caleidoscópio da Feira. Ela só se faz uma experiência rica pela junção dessas peças na tentativa de formar algo maior num mundo que “é criado, e não herdado” (RORTY, 2007, p.66).

– Incrível história Sr. Cláudio. Perdi até a noção do tempo, mas agora preciso ir.

⁸⁰ AGRICULTORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

⁸¹ ORGANIZADORES DA FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ. [Diálogos sobre a Feira Agroecológica da UFRJ]. Rio de Janeiro, 2010.

– Se você voltar amanhã, Clarice, terei mais novidades para contar, porque no caleidoscópio qualquer pequeno movimento pode formar novas figuras, novas descrições, novas histórias.

– Muito obrigada pela experiência. Nunca achei que fosse encontrar alguma coisa interessante dentro dessa lojinha. Foi incrível. Aprendi muito, inclusive sobre coisas que nunca tinha ouvido falar. Quem diria que essa pequena loja, sem graça, teria um brinquedo tão legal e uma história tão bacana. Estou encantada.

Por falar nisso, vou querer levar este! Quanto é?

– Infelizmente Clarice ele não está à venda. Ele é minha lembrança dessa e de tantas histórias como essa. Porque haverá outras Clarices por aqui e quero tê-lo por perto para que possa contar essa mesma história.

CAPÍTULO 7

METAMORFOSEAR SENTIDOS OU IMAGINAR CALEIDOSCÓPIOS?

Não há saber mais ou saber menos: há saberes diferentes.

(Paulo Freire)

O processo de descrever e re-descrever a história da Feira, apresentado na etapa anterior, permitiu a formação de um panorama do assunto abordado, e serviu de base para a estruturação desta etapa. Nas palavras de Bartholo (2008),

Minha proposta é que as descrições e re-descrições *rortyanas* podem ser ferramentas convivenciais intelectuais de inovações sociais solidárias. E que elas podem servir de suporte para alimentar plataformas dialogais tecno-científicas habilitantes de iniciativas socialmente inovadoras. Plataformas habilitantes para o empenho de “mudar a mudança” em meio à qual vivemos. Dizer isso implica reconhecer que o código de acesso para nossa possibilidade de “mudarmos a mudança” não é um artefato técnico, mas que o artefato técnico pode ser uma ferramenta que potencialize essa possibilidade.

Na busca por contribuir para a efetivação da Feira enquanto uma inovação social, depois de compreender melhor a história da Feira e como ela se instalou na UFRJ, era momento de entender seus problemas e potencialidades. Além das conversas diretas com os envolvidos, foi realizada uma reunião com os próprios agricultores e organizadores da iniciativa para levantamento dos pontos fortes e fracos da Feira. Para isso, foi adotada a análise SWOT⁸² (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) como ferramenta de análise de cenário.

A dinâmica foi realizada em setembro de 2010 e se demonstrou como uma experiência rica, não apenas pelas informações levantadas para este trabalho, mas também pelo momento de reflexão que proporcionou aos integrantes da Feira. Os fatores levantados refletem a realidade da Feira naquele momento (Quadro 10), mas em uma análise mais atual destaca-se que algumas ameaças e oportunidades já conseguiram ser trabalhadas e outras continuam pendentes.

Quadro 10: Resultado análise SWOT da Feira da UFRJ

⁸² Ferramenta que avalia fatores internos e externos à organização que favorecem ou atrapalham o empreendimento, através de quatro classificações: Forças, Fraquezas, Oportunidades e Ameaças, como mostra a figura:

fator	FAVORECE	ATRAPALHA
INTERNO	forças	fraquezas
EXTERNO	oportunidades	ameaças

fator	FAVORECE	ATRAPALHA
INTERNO	<p>forças</p> <ul style="list-style-type: none"> :: Produtos orgânicos :: Grupo heterogêneo :: Infra-estrutura disponibilizada pela universidade :: Perfil do consumidor :: Variedade de produtos :: Grupo de organizadores da UFRJ :: Apoio dos amigos :: Clientes :: União do grupo :: Localização (UFRJ) :: UFRJ 	<p>fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> :: Oscilação da venda :: Insucesso de alguns produtos :: Operacional das barracas :: Preço :: Identidade do grupo (uniforme, marca) :: Divulgação :: Exigência de Certificação :: Qualidade de alguns produtos processados :: União do grupo / amadurecimento / fortalecimento :: Dinâmica de trabalho para enfrentar problemas :: Horário da feira :: Aspecto saberes :: Argumentação de venda :: Comunicação visual / arrumação :: Informação sobre produtos :: Clareza nas informações :: Férias (falta planejamento)
	<p>oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> :: Perfil do consumidor :: Clientes :: Outros espaços (pontos de venda) na universidade :: Fornecimento institucional (de grandes demandas) :: Outra forma de comercialização :: Diálogo :: Troca :: Aumentar produção :: Diversificar produção :: Ser a feira da semana :: Provocar mudanças nas políticas públicas :: Provocar mudança nos consumidores :: Formar uma associação :: Ser espaço de informação :: Site da feira :: Visitas aos agricultores nas férias :: Turismo rural / vivência 	<p>ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> :: Transporte :: Certificação (exigência) :: 'Olho grande' :: Credibilidade :: Pouca informação :: Muita oportunidade externa no dia da feira (exposições, feiras, eventos) :: Férias :: ANVISA :: Denúncia
EXTERNO		

Fonte: elaborado pela autora

A partir dos dados acima, é interessante notar que para os agricultores o perfil dos consumidores e a localização da Feira são considerados como pontos fortes, enquanto o diálogo é avaliado tanto como fraqueza quanto oportunidade, o que demonstra que ele ainda é um fator a se alcançar. Os pontos destacados como fraquezas são em sua maioria relacionados à venda de produtos, cabendo destacar além deles o 'aspectos saberes' que aponta para uma fragilidade no próprio conceito da Feira – encontro de

sabores e saberes. Já no que diz respeito às oportunidades, foram relacionados fatores que podem contribuir para o aumento da venda de produtos, tais como: outros pontos de venda, fornecimento institucional, outras formas de comercialização, diversificar e aumentar a produção e site da feira.

Nas palavras de Sebastião Rocha⁸³, não devemos nos ater apenas às fraquezas, visando saná-las, mas devemos buscar oportunidades que possam ser potencializadas (informação verbal)⁸⁴. Em uma análise mais abrangente do diagrama SWOT da Feira, o que se verifica é que duas grandes fraquezas são a venda de produtos e a parte de saberes, mas ao mesmo tempo, elas são vistas como fatores de oportunidades, o que vai de encontro à idéia apresentada pelo educador. Nesse sentido, o problema a ser resolvido passa a ser como potencializar essas oportunidades destacadas pelos agricultores.

As informações do diagrama refletem que a venda de produtos ainda é insatisfatória, dada a potencialidade de mercado apontada como oportunidade. Além disso, o diálogo ainda é um ponto de fraqueza, mas acredita-se que se trabalhado pode se transformar em força para a Feira.

É importante destacar que o problema de potencializar as oportunidades de venda e os aspectos de saberes da Feira, não se resolve com ações isoladas. Ao contrário disso, torna-se necessário projetar um conjunto de elementos que dêem suporte para o alcance de melhorias, considerando sempre as limitações da capacidade de investimentos por parte dos agricultores e da própria organização para que tais ações se efetivem.

Na Ilha do Fundão os prédios encontram-se distribuídos por toda a extensão da ilha, o que torna muitas unidades distantes umas das outras. À distancia física se associam hábitos (e distanciamentos) de ordem cultural. Não são freqüentes os deslocamentos *intra-campus* na Ilha do Fundão e, quando ocorrem, são feitos de automóvel de um prédio a outro. Predomina uma forte desconexão entre os prédios, os cursos e as

⁸³ “Antropólogo (por formação acadêmica), educador popular (por opção política), folclorista (por necessidade) e mineiro (por sorte). Fundador do Centro Popular de Cultura e Desenvolvimento - CPCD, organização não governamental sem fins lucrativos, criada em 1984, em Belo Horizonte/MG” (<http://www.cpcd.org.br/principal/tiao.html>)

⁸⁴ ROCHA, Sebastião. [Informação verbal adquirida em palestra ministrada no IV Fórum Internacional de Comunicação e Sustentabilidade]. Belo Horizonte. 2011.

próprias pessoas. Este contexto afeta a realidade da Feira, que, apesar de ter sido implantada há cerca de um ano no *campus*, segue sendo desconhecida por muitas pessoas. Apesar do grande contingente de possíveis consumidores dentro do *campus*, se não houver aumento da capilaridade da Feira, seu potencial de crescimento será restrito ao público dos locais onde se estabelece fisicamente.

Em seu desenho atual (Figura 33) a Feira está estabelecida em dois pontos fixos dentro da universidade. Os consumidores precisam se deslocar até esses locais, onde encontram barracas das associações e cooperativas de agricultores que compõem a Feira, e lhes propicia adquirir uma cesta de bens que substitui uma fração ainda reduzida das suas compras mensais em outros mercados.

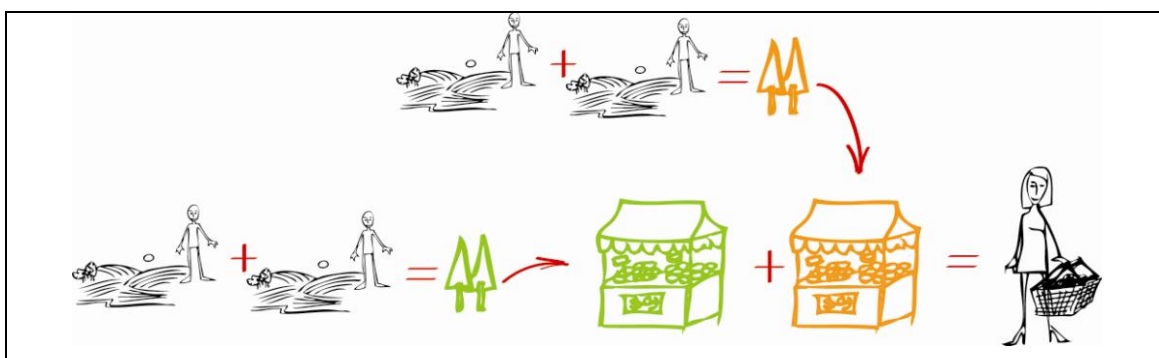


Figura 33: Desenho atual da Feira da UFRJ

Fonte: elaborado pela autora

Ao longo do período de realização dessa dissertação de mestrado pude também realizar algumas ações para fortalecimento da Feira. Uma delas foi o projeto de suas barracas, um dos pontos de fraqueza destacados pelos agricultores na análise SWOT. A partir de um projeto aprovado pela Fundação Banco do Brasil foi possível produzir barracas próprias, personalizadas (Figura 34) em setembro de 2010.



Figura 34: Barracas da Feira da UFRJ (à esquerda as alugadas, e à direita as projetadas e adquiridas)

Fonte: arquivos do Restaurante Universitário e da Agência UFRJ de Inovação

Naquele momento considerei desejável que fosse também elaborada identidade visual da marca da Feira para sua aplicação nas novas barracas, no entanto, a própria organização da Feira vetou tal iniciativa, por considerar insuficiente o tempo disponível para o projeto. Posteriormente, em fevereiro de 2011, surgiu a demanda pela marca da Feira, como algo que a identificasse e diferenciasse do sistema de alimentação da UFRJ.

A identidade visual da Feira foi desenvolvida afirmando a idéia de um *lugar de encontro de sabores e saberes em atitude dialógica*. Para tanto, foi desenvolvida uma série de alternativas e apresentadas aos agricultores e organizadores que votaram e sugeriram algumas mudanças. Resumidamente, o processo de criação e a solução final podem ser visualizados abaixo (Figura 35):



Figura 35: Desenvolvimento de identidade visual da Feira da UFRJ
 Fonte: elaborado pela autora

Para potencializar a Feira os agricultores destacam a necessidade de: outros pontos de venda, fornecimento institucional, outras formas de comercialização e o desenvolvimento de um *site* da feira. A proposta de se implantar um fornecimento institucional tem sido trabalhada pela organização da Feira, com destaque para entendimentos junto a um restaurante privado, atuando como concessionário no *campus*, para o qual a Feira passaria a atuar como fornecedor de alguns itens da salada em alguns dias específicos da semana.

A proposta de ‘outros pontos de venda’ é interessante, mas esbarra na necessidade de investimentos. Tanto para uma expansão dentro do próprio *campus* da Cidade Universitária (novos investimentos em barracas e um correspondente aumento tanto da oferta de produtos como do contingente de agricultores associados), quanto para outros *campi* da UFRJ e/ou outras localidades (além dos novos investimentos anteriormente mencionados, haveria também outros para solucionar questões de logística e transporte).

Voltando aos outros dois fatores destacados: ‘outras formas de comercialização’ e ‘site da Feira’ percebe-se que eles se configuram como elementos potenciais para o desenvolvimento de uma solução que pudesse contribuir para a melhoria de vendas da Feira e efetivar a troca de saberes. Retomando a idéia de que atualmente o comércio direto não precisa estar atrelado necessariamente à presença física dos agricultores, (como já discutido no capítulo 5), queremos destacar que a Feira da UFRJ poderia ser redesenhada, configurando-se como uma pequena central de distribuição de orgânicos para o *campus* e a comunidade do entorno, com base em um sistema de compras virtual, apto a se constituir em local de troca de informações entre diversos atores interessados, o que em si, não exclui ou substitui ações de trocas de saberes presenciais, através de relações do tipo face-a-face. Nas palavras de Zaoual (informação verbal)⁸⁵, uma coisa precisa daquilo que ela não é para funcionar, por exemplo, a concorrência precisa de solidariedade, o artesanal de modernidade.

Um fator apontado como ponto forte pelos agricultores, que poderia contribuir positivamente para a atratividade desse sistema de encomenda de produtos, é a

⁸⁵ ZAOUAL, Hassan. [Informação verbal adquirida em palestra ministrada no evento InovaBr]. Rio de Janeiro, nov. 2011.

heterogeneidade do grupo, propiciando uma variada composição de cestas de produtos ofertados para venda (o que seria certamente impossível para cada um dos agricultores isoladamente realizar). Esse ponto forte se associa, no entanto, a novos fatores complicadores para sua efetivação, tais como a logística de montagem das cestas e a divisão de fornecimento de seus componentes dentre os diversos produtores.

Em uma proposta de redesenho (Figura 36), a Feira passaria a ser local de encontro de agricultores para montagem de cestas e ponto de entrega de cestas prontas para os consumidores que optem por buscar suas cestas ao invés de recebê-las (em seu local de trabalho ou domicílio). O redesenho, no entanto, não exclui ou inviabiliza uma continuidade do funcionamento atual da Feira. A ele se agregam novas formas de comercialização e uma potencialização da capilaridade da Feira. O *campus* universitário da Ilha do Fundão permaneceria como área de atuação dos agricultores (tanto na Feira presencial como nos pontos de entrega de cestas). Para consumidores externos, os serviços de entrega poderiam vir a ser terceirizados, com o frete pago pelos consumidores.

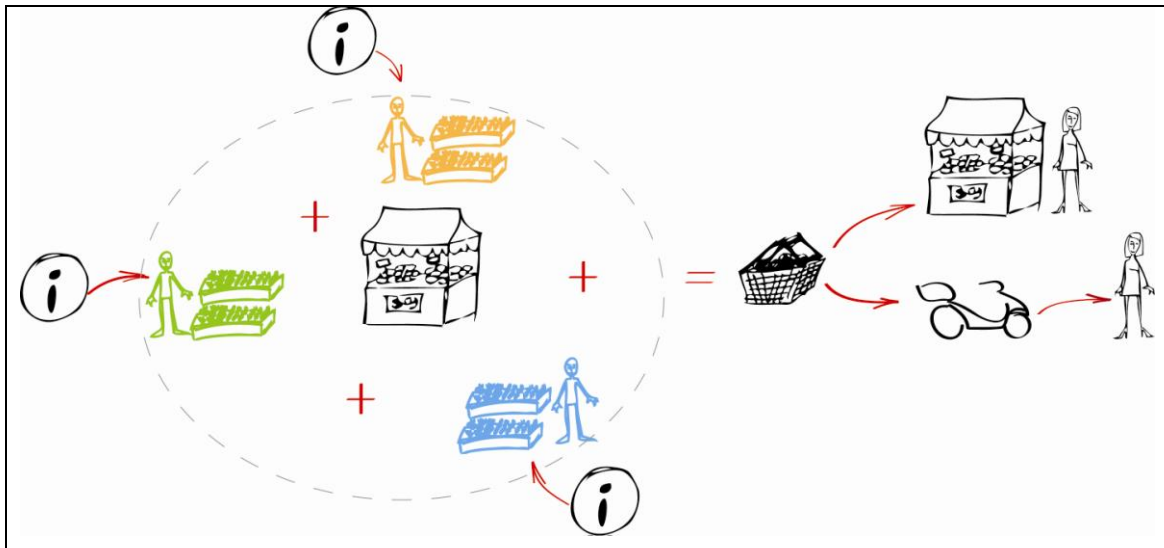


Figura 36: Possibilidade de novo desenho para a Feira
Fonte: elaborado pela autora

Esse redesenho requer a resposta a alguns desafios, tais como, a inclusão digital dos agricultores. Alguns já utilizam o computador e têm acesso à *internet*, inclusive através de celulares, mas seria necessária uma capacitação específica, mais aprofundada e abrangente, o que poderia ser efetivado através de um treinamento ofertado pela universidade. As novas tecnologias comunicativas não são percebidas *hoje* pelos

agricultores como substitutas das relações pessoais, e sim complementares a elas. Tampouco seriam substitutas no redesenho indicado. O que se reconhece na utilização desses novos meios é algo que o próprio agricultor Paulo César, de Trajano de Moraes / RJ, expressa: “a internet é um caminho sem volta” (informação verbal).

Está sendo construído um *site* na *internet*, como elemento de um projeto em andamento da Agência UFRJ de Inovação (*Mapeamento da Agricultura Familiar Orgânica do Estado do Rio de Janeiro*, citado anteriormente). A estrutura desse *site* não está focada no comércio digital, mas cria espaço para que ele aconteça. Seu projeto contempla ferramentas de maior interação entre os diversos atores, em espaços para diálogos, e informações conceituais sobre agricultura familiar agroecológica e pretende ser, ainda, um canal de comunicação da Feira com a comunidade da UFRJ, abrindo espaço para que a proposta de comércio eletrônico se efetive.

Em relação aos saberes referidos no projeto da Feira, podemos destacar algumas iniciativas, a saber:

1. O Instituto de Nutrição Josué de Castro realizou o projeto de extensão universitária “Feira agroecológica: uma experiência de integração Universidade e Agricultores Familiares”, coordenado pela professora Thadia Turon que contemplou a troca de saberes com os agricultores através de oficinas sobre temas de interesse, como rotulagem e boas práticas.
2. Sob coordenação da técnica Nádia Pereira de Carvalho o Instituto de Biologia realiza o projeto “Capim Limão – Agroecologia e Permacultura na UFRJ” e o Instituto de Biofísica o projeto “Ecogastronomia Funcional”. O primeiro se articula com a Feira através de ações relacionadas ao sistema de produção agroecológica. Já o segundo se articula com a Feira através de ações para promover o atendimento a grandes demandas, buscando organizar parcerias com restaurantes privados interno ao *campus*.
3. A realização do trabalho intitulado “Feira Agroecológica da UFRJ – Estratégia para divulgação da agricultura familiar orgânica do Rio de Janeiro”, de autoria de Nádia Pereira de Carvalho, Simone de Pinho F. Azevedo, Lucia Andrade, Karen Sussman, Marcelle Martins, Mila Moraes e Camila Dindini, foi apresentado no 7º Congresso de Extensão da UFRJ

(realizado no período de 04 a 08 de outubro de 2010), onde obteve menção honrosa na área temática Meio Ambiente.

4. A promoção anual do evento *Sabores e Saberes* que celebra o dia mundial da alimentação que é realizado em uma parceria entre o Restaurante Universitário Edson Luis de Lima Souto, a Agência UFRJ de Inovação e o Instituto de Nutrição Josué de Castro e contempla palestras e mesas redondas, além de atividades culturais.
5. A disciplina “Projeto de Produto”, do curso de graduação em Engenharia de Produção, foi ofertada no primeiro semestre do ano letivo de 2011, sob responsabilidade da professora Carla Cipolla com participação da doutoranda Nádia Pereira de Carvalho, tendo a Feira como tema focal de todos os trabalhos da disciplina.
6. A disciplina “Empreendedorismo”, do curso de graduação em Engenharia da Computação e da Informação, foi ofertada no segundo semestre do ano letivo de 2010 sob responsabilidade do professor Roberto Bartholo com participação da mestrandia Laura Cota, no segundo semestre de 2010, tendo organização da Feira como foco de todos os trabalhos elaborados pelos alunos nela regularmente matriculados. Dessas atividades resultou a identificação de um conjunto de problemas e a proposição de um elenco de soluções (Quadro 11).

Quadro 11: Relação de trabalhos desenvolvidos por alunos da disciplina Empreendedorismo

Grupo	Problema selecionado	Proposta de solução
Danielle Caled Gabriel Mendonça Renan Vasconcelos	Atendimento a grandes demandas: falta comunicação entre as partes e organização dos agricultores para atender a demanda	MURAL VERDE: ferramenta tecnológica que permite estabelecer um fluxo de informações entre produtores e consumidores, permitindo que agricultores de maneira isolada consigam atender a uma parcela de uma grande demanda.
Felipe Fonseca Rodolfo Carvalho Tiago Lomba	Gerenciamento da produção	ORGÂNICO: sistema de gerenciamento e monitoramento de tarefas com vista a melhorar a produção de Agricultura Orgânica. Funciona em uma parceria com a Universidade, através de estudantes que cuidam do monitoramento e ajudam na utilização da aplicação;
Igor Campbell Marcelo Machado Rafael Romeiro	Falta de comunicação	CERES: plataforma virtual atrelada a UFRJ para o compartilhamento de informações sobre bem estar, saúde e alimentação, envolvendo a comunidade acadêmica e os agricultores.

Fonte: elaborado pela autora

As atividades desenvolvidas se apoiaram sobre metodologias de *design*, visitas à Feira e também à propriedade de uma agricultora (Figura 37). Os resultados finais foram apresentados em uma reunião dos agricultores e organizadores da Feira, abrindo espaço para reflexão e debate de novas potencialidades da Feira, enquanto espaço de venda de alimentos e troca de informações.



Figura 37: Visita de alunos de Empreendedorismo à propriedade de uma agricultora de Nova Iguaçu
Fonte: arquivos da autora

Gostaria de destacar com forte ênfase a fecundidade da interação do aprendizado de alunos de graduação com a Feira. Foram nesses momentos que o diálogo de saberes se expressou de modo mais notável. Evidenciando que a Feira pode envolver um número muito maior de pessoas do que apenas seus agricultores, organizadores e consumidores e integrar em seu escopo ampliado atividades outras que aquelas de cunho estritamente mercantil.

Por outro lado, tal experiência amplia a discussão do tema a partir de novas disciplinas e olhares e permite o desenvolvimento de atividades diversas envolvendo alunos de graduação e agricultores que podem ser transformadas em futuros projetos da Feira. Nas palavras de Dowbor (informação verbal)⁸⁶ a educação precisa estar direcionada para transformar o lugar onde se vive. Indo além, eu ousaria acrescentar: direcionada para o “fazer ver” e não apenas para o “adestrar o olhar”.

⁸⁶ DOWBOR, Ladislau. [Informação verbal adquirida em palestra ministrada no evento InovaBr]. Rio de Janeiro, nov. 2011.

CAPÍTULO 8

REFLEXÕES

*Assim acaba a história de uma viagem.
Você viu e entendeu.
Você viu um acontecimento comum,
Um acontecimento como ele é produzido cada dia.
E, no entanto lhe rogamos,
Sob o familiar, descubra o insólito,
Sob o cotidiano, destaque o inexplicável.
Que possa toda coisa dita habitual lhe inquietar.
Na regra descubra o abuso.
E em toda parte onde o abuso se mostre,
Encontre o remédio.
Bertolt Brecht.*

Esta dissertação se apoiou no caso da Feira Agroecológica da UFRJ para apontar uma discussão acerca do tema da alimentação sob a perspectiva do *design*. Este trabalho foi tecido de encontros permeados por relatos. Cada um desses encontros e relatos é singular. Por vezes estimulantes, por vezes desanimadores, nunca meramente repetitivos. Entre uma feira e outra, estendia-se a semana com seu tempo suficiente para renovar entusiasmo, crenças, sonhos, para tecer os fios dos redesenhos da imaginação. Como dito por Panhuys (2006, p.33):

[...] para viver e agir, os seres humanos precisam de sentido e reconhecimento, de identidade e segurança, de amor e ternura, de pertencimento e referência. Em uma palavra, precisam da crença. Precisam acreditar no futuro, no porvir, isto é, no que está para acontecer.

Uma das poucas certezas que se fixaram em mim no processo: os redesenhos de projetos similares ao aqui apresentado não deve ser a mera imposição do ponto de vista de um projetista. Como afirma Zaoual (2006, p.28), é importante que esses projetos não se tornem “‘projéteis’, atirados nos sítios acerca dos quais não se dispõe de visões de dentro, por causa de se ter sempre suposto que os atores locais são ‘idiotas’ e que precisam aprender a agir segundo uma racionalidade decretada superior e científica”. Tal compreensão justifica meu envolvimento com a Feira e a escolha por um caso real e próximo. Sob essa perspectiva, gostaria de apresentar aqui, não apenas conclusões, mas reflexões acerca da experiência vivida.

Este trabalho foi delimitado, desde seu início, por uma perspectiva projetual de *design*, na qual se acredita que o *design* possa atuar como uma ferramenta para desenhar não apenas produtos ou peças gráficas, mas também serviços e modelos de negócio. Esse entendimento mais abrangente me permitiu alcançar reflexões não apenas sobre a idealização de propostas que contribuíssem para a solução de problemas da própria Feira, mas acerca de outros temas relacionados.

As pesquisas se iniciaram na busca por compreender o universo do alimento, da agricultura familiar orgânica e, em seguida, do caso escolhido para estudo. O que se observa nesse contexto é uma grande precariedade em diversos aspectos. O não entendimento da agricultura familiar como um negócio e/ou o desconhecimento por parte dos agricultores de alguns assuntos tornam a atividade precária e muitas vezes

amadora, impossibilitando uma exploração da real potencialidade que a atividade tem. Aspectos relacionados à gestão da produção, precificação, troca de informações e uso de novas mídias, por exemplo, são ainda muito precários e se colocam como pontos importantes para o desenvolvimento de ações.

No que diz respeito à Feira, em seu processo de construção conjunta, ela se demonstrou um objeto rico em informações e aprendizado, dado a real dificuldade em se estabelecer diálogos verdadeiros, que consigam ultrapassar discursos prontos no intuito de criar *história feita de estórias*, sem pretender ser *A* história. O anseio em se construir algo socialmente inovador que estivesse calcado não apenas em uma atividade estritamente mercantil se demonstrou mais difícil que o esperado e tem sido um desafio constante para os atores da Feira. Isso porque, depende do diálogo e não apenas da idealização, exigindo ação e comprometimento de seus envolvidos.

Durante este trabalho, para além de compreender a realidade da Feira, foi preciso entender como outros exemplos de sistemas de comercialização se davam. Apoiando-me sobre um marco referencial teórico no qual se destacam contribuições de Rorty, Flusser e Buber utilizei dos exercícios de imaginação e (re)descrição para construir uma proposta de qualificadores relacionais. O modelo criado busca analisar a proximidade de relações estabelecidas em diversas redes de comercialização de alimentos quanto ao modo eu-tu ou eu-isso.

A partir das análises de alguns casos detectou-se que, para além da intermediação e da quantidade de intermediários existentes nas redes de comercialização, é importante qualificar o tipo de relação que eles estabelecem dentro da cadeia. Os resultados alcançados apontam para uma realidade diferente da previamente estabelecida ao constatar a possibilidade de haver redes completamente diversas com grande semelhança em modos relacionais que as constituem, bem como modos relacionais muito diversos em redes muito similares.

No caso específico da Feira da UFRJ, verifica-se que a experiência se desenha a partir de relações que se aproximam do modo relacional eu-tu, prevalecendo relações com alto grau de cumplicidade, alteridade e vulnerabilidade. Dizer isso significa que este modelo de comércio tem potencialidade para criar relações que perpassam o entendimento das

diferenças, e se empenhar por evitar a rigidez de discursos que meramente repitam a afirmação de verdades estabelecidas fixas. Em outras palavras: uma permeabilidade para diálogos verdadeiros e histórias múltiplas, um empenho por evitar o perigo da história única (ADICHIE, 2010).

Um possível desdobramento do presente trabalho é inseri-lo em um estudo teórico mais abrangente de redes, possivelmente seguindo linhas de compreensão indicadas por autores como Larissa Lomnitz, que estuda organização e gestão de redes e foi pioneira na identificação do papel central das redes sociais nos estudos urbanos na década de 1970 buscando compreender como as redes sociais são construídas sobre princípios de reciprocidade e vínculos horizontais (LOMNITZ, 2009).

Com relação ao caso concreto da Feira da UFRJ esta pesquisa deu destaque a alguns desafios. A proposta de (re)desenho apresentada, desdobrando a Feira numa espécie de central de distribuição de alimentos orgânicos tanto para a comunidade acadêmica como para a externa à universidade, apoiada no uso da web para potencializar sua capilaridade é uma possibilidade dentre outras. Não temos a pretensão de profetizar o destino da Feira.

Um *site* em desenvolvimento permitirá a comunidade acadêmica trocar informações sobre questões alimentares e de saúde e adquirir informações e produtos da Feira. Para os agricultores a ferramenta se coloca como uma oportunidade de inserção no universo digital, possibilitado por cursos oferecidos pela universidade, e uma possibilidade de expansão de suas vendas e relações com consumidores. A universidade pode atuar como uma importante disseminadora de informações acerca de uma alimentação mais saudável e um pequeno *hub* de inovação que conecta o rural e o urbano, permitindo renovadas interações.

A Feira da UFRJ é um empreendimento em construção, um organismo vivo, que, para seguir existindo amanhã, precisa ter flexibilidade em suas ações e projetos. Em síntese, com esse trabalho buscamos falar *com ela*, não apenas falar *dela*. Espero que essa conversa tenha sido e siga sendo fecunda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADICHIE, Chimamanda. **The danger of a single story**. Disponível em: http://ted.com/talks/lang/eng/chimamanda_adichie_the_danger_of_a_single_story.html>. Acesso em: 23 mar. 2010.
- BARTHOLO Jr., Roberto dos Santos. “Breves notas sobre inovações sociais solidárias”. In: **Revista Brasileira de Design**, ano I, n.10, 2008. Disponível em: http://www.agitprop.com.br/ensaios_det.php?codeps=MzF8ZkRoOA==>.
- _____. **Você e Eu - Martin Buber, presença e palavra**. Rio de Janeiro: Garamond, 2001.
- BOÉTIE, Etienne de La. **Discurso da Servidão Voluntária**. Lisboa: Antígona, 1997
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. **Controle social na venda direta ao consumidor de produtos orgânicos sem certificação**. Brasília: Mapa/ACS, 2008a.
- BRASIL. Ministério da Agricultura e Abastecimento. **Produtos orgânicos: sistemas participativos de garantia**. Brasília: Mapa/ACS, 2008b.
- BROWN, Tim. **Design Thinking** – uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas idéias. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- CAMPOS, Pablo Tupinambá. **Novos modelos de negócio na indústria fonográfica: um estudo exploratório sobre as gravadoras no Brasil**. Dissertação (mestrado em Engenharia de Produção). Rio de Janeiro: UFRJ/ COPPE, 2010.
- DESLAURIERS, J.P.; KÉRISIT, M. O delineamento de pesquisa qualitativa. In: POUPART, J.; DESLAURIERS, J.P.; GROULX, L.H.; LAPERRIÈRE, A.; MOYER, R.; PIRES, A.P. **A pesquisa qualitativa**. Enfoques epistemológicos e metodológicos. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 127-153.

EMBRAPA (Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária). **Marco referencial em agroecologia**. Brasília, DF: Embrapa Informação Tecnológica, 2006.

FONSECA, Fábio Brito da; CARVALHO, Thiago Soares de. **Um Estudo das Redes Sociais Universitárias sob a Ótica de um Sistema de Caronas – CarUni**. Rio de Janeiro: UFRJ/POLI–COPPE, 2010.

FONSECA, Maria Fernanda de A. Costa; CAMPOS, Fábio Ferreira de. **O mercado dos orgânicos no estado do Rio de Janeiro – Brasil: opção para os agricultores familiares na busca pela competitividade no setor FLV in natura**. 1999. Disponível em: <www.rimisp.org/ifsa/php/simposio/documentos/253.pdf>. Acesso em set. 2010.

FREITAS, Ana Luiza Cerqueira. **Design e Artesanato: uma experiência de inserção da metodologia de projeto de produto**. Dissertação de mestrado, Escola de Engenharia, UFMG, Belo Horizonte, MG, 2006.

FLUSSER, Vilém. **A dúvida**. Rio de Janeiro: Relume Dumará: Sinergia: Ediouro, 2009.

_____. **Filosofia da caixa preta: Ensaio para uma Futura Filosofia da Fotografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2009.

GALVÃO, Cecília. *Narrativas em Educação*. **Ciência e Educação**, v. 11, n. 2, p. 327-345, 2005.

GEELS, F.W. *From sectoral systems of innovation to socio-technical systems insights about dynamics and change from sociology and institutional theory*. **Research Policy**, v.33, p.897-920, 2004.

GRAWITZ, Madeleine. **Méthodes des sciences sociales**. Paris: Dalloz, 1996.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Censo Agropecuário 2006** – agricultura familiar, primeiros resultados. Rio de Janeiro, 2009

IFOAM - International Federation of Organic Agriculture Movements. **Definition of Organic Agriculture**. Disponível em:

<http://www.ifoam.org/growing_organic/definitions/sdhw/pdf/DOA_Portuguese.pdf>. Acesso em: 10 jun 2010.

KRUCKEN, Lia; MERONI, Anna. “Building stakeholder networks to develop and deliver product-service-systems: practical experiences on elaborating pro-active materials for communication”. In: **Journal of Cleaner Production** 14, no.17:1502-1508, 2006.

LEITE, Ricardo de Souza. **Ver é compreender: design como ferramenta estratégica de negócio**. Rio de Janeiro: Editora Senac, 2003.

LOMNITZ, Larissa Adler. **Redes Sociais, Organizações Cultura e Poder**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009.

LOSCHIAVO, Maria Cecília. “Consumo, descarte, catação e reciclagem: notas sobre design e multiculturalismo”. In: **Estudo avançado em Design**, v.1, p.60-67, 2008.

LUCENA, André Duarte. **Construção participativa de um sistema de informações em uma associação de produtores de agroecológicos**. Dissertação (mestrado em Engenharia de Produção), Centro de Tecnologia, UFPB, João Pessoa, PB, 2010.

MANZINI, Ezio. “New design knowledge”. In: **Design Studies** 30, no. 1 (Janeiro): 4-12, 2009.

MAPA - Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Cadeia produtiva de produtos orgânicos**. Coord. Antônio Márcio Buainain e Mário Otávio Batalha. Brasília: IICA: MAPA/SPA, 2007.

MDA – Ministério do Desenvolvimento Agrário. **Agricultura familiar no Brasil e o censo agropecuário 2006**. 2009.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologias, Práticas**. São Paulo: Atlas, 2002.

OSTERWALDER, A., PIGNEUR, Y. **Business Model Generation**. OSF, 2009.

PANCETTI, Alessandra. “Os desafios da Agricultura familiar”. In: **ComCiência** - Revista Eletrônica de Jornalismo Científico, LABJOR/SBPC, 08 jan 2010. Disponível em <<http://www.comciencia.br/comciencia/?section=3¬icia=600>> Acesso em 14 jan. 2010.

PANHUYS, Henry. **Do desenvolvimento global aos sítios locais, uma crítica metodológica à globalização**. Rio de Janeiro, e-papers, 2006.

PLANETA ORGÂNICO. **Panorama do mercado orgânico em 2008 na Alemanha, França, Grã Bretanha e Estados Unidos**. Disponível em: <<http://www.planetaorganico.com.br/cenario08.htm>>. Acesso em 29 nov. 2009.

RÁDIO ONU. “Pela primeira vez, população urbana supera a rural no mundo.

Disponível em:

<<http://www.unmultimedia.org/radio/portuguese/detail/155399.html>>. Acesso em 10 ago. 2010.

ROGERS, Richard; GUMUCHDJIAN, Philip. **Cidades para um pequeno planeta**. Barcelona, Editora Gustavo Gili. 1997.

RORTY, Richard. **Contingência, ironia e solidariedade**. São Paulo: Martins, 2007.

SANTOS, Carlos Roberto Antunes dos. “A alimentação e seu lugar na história: os tempos da memória gustativa”. In: **História: Questões & Debates**, Curitiba: Editora UFPR, n. 42, p. 11-31, 2005.

SLACK, Nigel; CHAMBERS, Stuart; JOHNSTON, Robert. **Administração da Produção**. São Paulo, Atlas, 2002.

SLOW FOOD. **Movimento** – Slow Food. Disponível em <http://www.slowfoodbrasil.com>. Acesso em 05 mar 2010.

SOUZA, Márcio Rogério Piratello Freitas de. **Interação entre o tradicional e o científico na construção do conhecimento agroecológico: o caso de agricultores de Casimiro de Abreu e Silva Jardim – RJ**. Rio de Janeiro: UFRJ/COPPE, 2009.

STANDAGE, Tom. **Uma história comestível da humanidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2010.

THACKARA, Jonh. **Plano B - O design e as alternativas viáveis em um mundo complexo**. São Paulo: Ed. Saraiva, 2008.

UNCTAD. **Organic fruit and vegetables from the tropics** – market, certification and production information for producers and international trading companies. Genebra, 2003.

ZAOUAL, Hassan. **Nova Economia das Iniciativas Locais, uma introdução ao pensamento pós-global**. Rio de Janeiro, DP&A editora, 2006.

WANDERLEY, Maria de Nazareth Baudel. “O agricultor familiar no Brasil: um ator social da construção do futuro”. In: PETERSEN, Paulo (org). **Agricultura familiar camponesa na construção do futuro**. Rio de Janeiro: AS-PTA, 2009.

WEID, Jean Marc von der. “Agricultura familiar: sustentando o insustentável?”. In: **Agriculturas: experiências em agroecologia**, v.7, n.2, jul 2010.

ANEXOS

ANEXO 1 - MODELO DE ROMANEIO

**FEIRA AGROECOLÓGICA DA UFRJ
FORMULÁRIO DE RASTREABILIDADE**

Feirante:

Agricultor:

Data:

Local: CCS () Reitoria ()

PRODUTO	COMO VOCÊ VENDE? (Kg, lote, unidade, Pé, molho)	QUAL A QUANTIDADE LEVADA PARA VENDER?	PREÇO

ANEXO 2 – MOÇÃO CONCEDIDA À FEIRA



Câmara Municipal do Rio de Janeiro

MOÇÃO

*REQUEREMOS à Mesa Diretora, na forma regimental,
que seja registrado nos Anais desta Augusta Casa de Leis, voto de*

*Congratulações ao PROJETO FEIRA AGROECOLÓGICA,
UFRJ – Sistema de Alimentação/Restaurante Universitário Edson
Luiz de Lima Souto.*

*A UFRJ através do Projeto Feira Agroecológica tem trabalhado com a
questão agrícola por reconhecer a necessidade de gerar alternativas ao modelo
vigente de produção de alimentos e de escoamento dos alimentos produzidos
por agricultores familiares.*

*No contexto da Semana da Alimentação Carioca, integrada à Semana
Mundial da Alimentação, temos o prazer de conceder essa homenagem. Na
oportunidade, reafirmamos nossa solidariedade ao movimento em defesa do
Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA).*

Plenário Teotônio Vilela, 14 de outubro de 2010.

Comissão Especial de Segurança Alimentar e Nutricional.

Reimont
Vereador Reimont
Presidente

Gilberto
Vereador Dr. Gilberto
Relator

Roberto Monteiro
Vereador Roberto Monteiro
Vogal

Grat@CMRJ