

**Consumidores e produtores tecendo novas redes de sustentabilidade:  
os desafios de uma experiência de extensão universitária em Florianópolis/Sc**

Eduardo Firak Cordeiro,  
Marcelo Ometto Filippini,  
Manfred Molz,

**Introdução**

Com a invasão dos supermercados nas cadeias de distribuição alimentar, fato histórico recente, tendo seu ápice nos anos 80 e 90, aquilo que consumimos, como e onde consumimos tornou-se extremamente vinculado à lógica de mercado, que reforça uma visão estreita do consumo e da comercialização.

Somado ao forte monopólio na distribuição alimentar, também se observa que mais de 80% da compra de alimentos se realiza em redes de supermercados de grande porte, denotando a falta de escolha que os consumidores encontram em opções de onde comprar e a grande dificuldade que os produtores tem para chegar aos consumidores, distanciando por sua vez a produção do consumo. Este modelo de distribuição moderna tem graves implicações não apenas para o agricultor e para o consumidor, mas também afeta o desenvolvimento territorial, o comércio local, o meio ambiente e o próprio estilo de consumo. (VIVAS, 2007).

No início do ano de 2006, fruto de debates que já vinham ocorrendo desde 2005, a experiência de compra coletiva de produtos agroecológicos direto das cooperativas de agricultura familiar catarinense deu início as suas atividades na cidade de Florianópolis, no início sem rótulo, mas tarde sob o nome de CCF – Compras Coletivas Floripa. Ao passo que a partir do segundo semestre do mesmo ano iniciaram as atividades da Terça Ecofeira, hoje Ecofeira Solidária, que vem ocorrendo semanalmente no interior da UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina.

Dessa forma, tanto as compras coletivas quanto a Ecofeira Solidária fazem parte do Projeto Ágora que está orientado para o estreitamento dos laços entre consumidores e produtores, evitando intermediários que exploram a atividade de revenda com fins de lucro, como também tem procurado estimular novos estilos de consumo, através da comercialização de alimentos saudáveis com origem social, ética e ambiental segura dentro de uma perspectiva de consumo consciente, solidário e sustentável.

## **Caracterizando nossa situação-problema**

A modernidade “derreteu os sólidos” mas não com a intenção de limpar a área para novos e aperfeiçoados sólidos, sólidos de solidez duradoura, que tornaria o mundo previsível e, portanto, administrável, intenção manifesta no Manifesto Comunista de Karl Marx (BAUMAN, 2001).

O derretimento dos sólidos, na atualidade, deixou exposta a complexa rede de relações no ar, aberta para a invasão e dominação da racionalidade instrumental, para o determinismo econômico. Este fenômeno, não se deu de forma violenta (ditadura, colonização, opressão)<sup>1</sup> mas emergiu do derretimento dos sólidos suspeitos de limitar a liberdade individual. É importante ainda salientar que Bauman (2001) apoiado no argumento de Claus Offe indica que por mais livres e voláteis que sejam as características dessa nova ordem, isoladamente ou em conjunto, o modo como são entretecidos é “rígido, fatal e desprovido de qualquer liberdade de escolha” (BAUMAN, 2001, p. 11).

Há ainda que salientar que enfrentamos um contexto de crise sócioambiental, fruto do crescimento desordenado da economia, imputando também no aumento da demanda por consumo que tem acarretado na intensificação da exploração de recursos naturais e sociais. Tal crise é marcada pelas ameaças ambientais globais (ex. mudança climática, pauperização, etc), pela expansão da tecnociência, pelos OGM's (transgênicos), pela concentração de renda, exclusão e miséria.

Diante este contexto tem se diagnosticado que passadas mais de três décadas da divulgação do relatório do Clube de Roma em 1972 – Limites do crescimento material (MEADOWS, 1978), as ações empreendidas para o enfrentamento da crise sócioambiental tem sido ambíguas, fragmentadas e sem capacidade de fazer jus à complexidade da temática, que engloba desde a redução das desigualdades no interior de cada país e entre países, à consolidação de novos arranjos institucionais capazes de controlar a evolução técnica, como também, a necessidade de internalização de uma nova relação homem-natureza (VIEIRA e HOGAN, 1992; CORDEIRO e GAMERO, 2008).

Mesmo com o acúmulo de evidências sobre o aumento tendencial do volume de impactos destrutivos da ação humana sobre a dinâmica de evolução dos ecossistemas, a

---

<sup>1</sup> Salvo nos processos conhecidos por externalidades.

ponto de ameaçar diretamente as pré-condições de sobrevivência da espécie no longo prazo (MEADOWS, 1978), a crise do meio ambiente tem sido vista como uma perturbação inoportuna e temporária. E somados ao fato das demandas sociais e as ações governamentais serem ainda muita difusas e teoricamente desinformadas (VIEIRA, 2002).

Este contexto também converge com o deslocamento da *percepção*, do *discurso* e da *definição* da problemática sócioambiental no *mainstream* do movimento ambientalista internacional, caracterizado em dois momentos: o primeiro deslocamento é que a partir da década de 70 o argumento da causa da crise passou do crescimento populacional do sul para os padrões de produção dos países do norte ocidental, e o segundo momento, a partir da década de 90, foi à mudança de percepção dos problemas ambientais relacionados à produção para os problemas ambientais relacionados ao consumo, na percepção dos impactos socioambientais dos altos padrões de consumo dos países desenvolvidos (PORTILHO, 2005b). Assim como as atividades de consumo interagem entre vida pública e privada, o debate sobre o meio ambiente e consumo envolve questões de ambas as esferas, possibilitando recuperar as pontes entre ambas.

E na medida em que o aumento da liberdade individual pode coincidir com o aumento da impotência coletiva, num cenário onde as pontes entre vida pública e privada são destruídas, ou nem foram construídas, é que reside a dificuldade discernir e apontar o que é público nos problemas privados (BAUMAN, 2000).

Sendo assim podemos pensar a vida privada como um espaço de luta pela emancipação, na medida em que procuramos “desprivatizar a reconhecer publicamente interesses e razões privadas” (Arendt apud Telles: 1990), onde a política não mais significa deixar a esfera privada para dedicar-se a pública. E este novo *status* que a política ganha é reflexo das complexificações engendradas pela problemática ecológica (Beck 1997). Dessa maneira portanto estas novas relações de consumo potencializam a revalorização do público.

Os riscos de conflitos por recursos naturais, fome, migrações internacionais e refugiados ecológicos tendem a aumentar na medida em que os países desenvolvidos continuarem promovendo uma distribuição desigual do uso dos recursos naturais e os países do Sul continuar reivindicando o mesmo modelo de desenvolvimento predatório, tornando impossível a contenção do consumo global dentro de limites sustentáveis. Este

quadro aponta para a percepção ética de que todos os países e grupos sociais devem ter direitos proporcionais no acesso e utilização dos recursos naturais, uma luta para que além do *nosso futuro, nosso presente* também seja *comum*. (PORTILHO, 2005b)

## Revisitando o consumo

As primeiras elaborações teóricas que incidiram no campo do consumo foi a teoria crítica tanto de Karl Marx<sup>2</sup> como de Thostein Veblen. Através do conceito de fetichismo da mercadoria Marx demonstrou como o processo de transformação do produto em mercadoria retirou de cena a relação social do trabalho, causando alienação e opressão. Outra alienação decorrente da alienação dos consumidores quanto a natureza do objeto que consomem é a naturalização das relações de produção e de trabalho, resultando na opressão das massa consumidoras e da massa trabalhadora.

Outra contribuição da teoria crítica foi feita por Herbert Marcuse<sup>3</sup> que apontava para a grande velocidade da produção como criadora da necessidade de um rápido escoamento do consumo, originando o consumismo. Em síntese seu argumento vai na direção de afirmar que a alienação manifesta seu caráter opressor através da cultura de massa, cuja espinha dorsal é a naturalização do consumo (Mancebo: 2002). Featherstone (1995) caracteriza a argumentação da teoria crítica como estudos sobre a “produção do consumo”.

Outra perspectiva que se insere no estudo do consumo foi feita por Jean Baudrillard<sup>4</sup> no campo da semiologia. Decreta o fim da produção como princípio organizador da sociedade e se dedica ao campo da motivação e promoção do consumo. A naturalização do consumo é deslocado para o campo dos signos, do que para os objetos, como desempenhador da alienação. Assim, em síntese, o sistema de consumo não se baseia nem na necessidade, nem no prazer, mas num código de signos e de diferenciações.

Bourdieu (1975) através do estudo sobre arte verifica que o campo do consumo é um local de diferenciação e distinção entre classes e grupos sociais, no aspecto simbólico e estético, através do capital simbólico.

Diversas são as hipóteses quanto ao porque se consome, desde satisfação de necessidades à afirmação de identidades, desde obter segurança à ampliar a cidadania, o que nos leva a afirmar o caráter multidimensional da temática do consumo (Mancebo: 2002).

---

<sup>2</sup>Ver Marx. K. (1980) O Capital (Livro 1, v. 1) RJ: Civilização Brasileira.

<sup>3</sup>Ver Marcuse, H. (1968) A ideologia da sociedade industrial. RJ: Jorge Zahar.

<sup>4</sup>Ver Baudrillard, J. (1995) A sociedade do consumo. RJ: Elfos editora.

A esfera do consumo longe de ter a marca unicamente da escolha racional, como sugeria e sugere o utilitarismo liberal através da idéia de “soberania do consumidor”, é intensamente marcada por fatores de ordem cultural. O que levou também ao desenvolvimento de um campo da antropologia voltada para o mercado – a etnografia de marcas, produtos e mercados.

Assim o ato de consumo se insere numa cultura do consumo, onde as atribuições de sentido estão envolvidas num jogo simbólico<sup>5</sup>. Neste jogo é importante perceber as relações existentes entre o mundo material ao conjunto de práticas, as hierarquias de sentidos e as estruturas sociais a qual o consumo está articulado no fluxo da vida social de indivíduos e grupos. E, por isso a necessidade de reconhecer as transações, as motivações e as estratégias que envolvem as pessoas e as coisas nos diferentes contextos (Barbosa: 2007).

### **O que significa politizar o consumo?**

Não são apenas os consumidores, enquanto aspecto econômico, que afetam na temática do consumo, mas também por aqueles cujas ações indiretamente moldam a procura e compra de bens e serviços. Mesmo sendo importante a preocupação com o impacto físico do consumo, por implicar na ameaça da integridade dos ecossistemas e de outras pessoas (geralmente marginalizadas e distantes geograficamente), a dimensão social e política também compõe o quadro de enfrentamento da crise sócioambiental por envolver questões de equidade no acesso aos bens naturais, da distribuição dos recursos socialmente produzidos e dos riscos e impactos negativos do consumo (PORTILHO, 2004).

Dessa maneira estamos seguindo a trilha da utilização de uma abordagem política para lidar com a temática do consumo e meio ambiente, buscando a reconstrução da esfera pública. O enfoque do consumo enquanto arena privada e despolitizada vem sendo questionado por diversos autores conforme assinala Portilho (2005b), pois o consumo envolve tomar decisões políticas e morais todos os dias (Miller apud Portilho: 2002), onde num contexto de degradação política e descrença nas instituições sociais outro modos de participação política e identidade cultural tem emergido. Marcado também pela constante mercantilização da vida a cidadania não pode ser desvinculada do consumo (CANCLINI, 1996). Denotando uma concepção de mercado como parte de interações socioculturais complexas, e não simplesmente como um lugar de trocas de mercadorias.

---

<sup>5</sup> autores que trabalhem com a cultura do consumo

Apontando os limites e armadilhas do “consumo verde”, estratégia vinculada com a ambientalização empresarial ocorrida a partir do Relatório Brundtland (1987), que diz respeito apenas a introdução da variável ambiental na dinâmica do mercado/consumo, mobilizando meramente o “poder de escolha” como o responsável pela mudança nas matrizes energéticas e tecnológicas do sistema de produção. Proposta limitada por não questionar as estruturas de produção e distribuição, muito menos a cultura do consumo vigente, e também por operar a transferência do estado para o mercado, e do mercado para o “cidadão” o marco regulatório, não questionando a desigualdade no acesso aos bens ambientais.

Surge então a estratégia de consumo sustentável, enfoque em defesa das ações e intervenções públicas buscando a mudança política e institucional, mais do que tecnológicas, econômicas e comportamentais. Onde o meio ambiente deixa de estar relacionado apenas com o aspecto de *como* usamos os recursos (os padrões), para incluir também uma preocupação com o *quanto* usamos (os níveis), trazendo a tona a questão do acesso, distribuição e justiça. Neste enfoque os potenciais de ajuste no nível e na estrutura do consumo facilitam a distribuição dos custos e benefícios desses ajustes de maneira mais equitativa, se tornado numa estratégia potencialmente mais desejável e eficaz para promover novos padrões de consumo (PORTILHO, 2004, 2005b).

A idéia de consumo sustentável surge em cena na Agenda 21, em seu capítulo 4, um dos principais documentos apontando para a relação entre consumo e meio ambiente. Em vários outros momentos<sup>6</sup> foi mobilizado o conceito de consumo sustentável, apresentaremos aqui a síntese elaborada pela *Oxford Commission on Sustainable Consumption* em 2001 que se refere ao tema mais como um processo do que um estado a ser atingido, pressupondo que a sustentabilidade está muito mais ligada a valores do que a definições. A discussão sobre consumo sustentável envolve seis características conforme tal síntese: a) deve ser parte de um estilo de vida sustentável em uma sociedade sustentável; b) deve contribuir para nossa capacidade de aprimoramento, enquanto indivíduo e sociedade; c) requer justiça no acesso ao capital natural, econômico e social para as presentes e futuras gerações; d) não significa necessariamente consumir menos, mas deve-se ressaltar que o consumo

---

<sup>6</sup> No evento conhecido como *Oslo Roundtable* promovido pela Comissão de Desenvolvimento Sustentável da ONU na cidade Oslo, Noruega, em 1995. Também aparece no Relatório de Desenvolvimento Humano da ONU (UNDP, 1998). O Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) também definiu o termo consumo sustentável. A *Oxford Commission on Sustainable Consumption* (OCSC, 2000) também buscou definir o conceito e no ano seguinte tal comissão reúne as várias concepções existentes em torno de consumo sustentável (apud PORTILHO, 2005).

material deve se tornar cada vez menos importante em relação a outros componentes da qualidade de vida; e) deve ser consistente com a conservação e melhoria do ambiente natural; f) deve acarretar um processo de aprendizagem, criatividade e adaptação (PORTILHO, 2005b).

Com a invasão do mercado na política, que se traduz na vitória do consumo e no retrocesso às conquistas sociais e políticas. Na medida em que reduzimos o papel do cidadão à consumidor suas ações passam a estar relacionada simplesmente a esfera privada do consumo, onde cidadão passa a ser considerado apenas aquele que participa do mercado consumidor (CANCLINI, 1996; KUTNER, 1998).

Diversos autores, conforme Portilho (2004), vem apontando para a necessidade de um novo quadro conceitual de cidadania. Que se caracterize enquanto uma estratégia política dos grupos sociais, e por isso seu conteúdo seja definido na dinâmica dos conflitos sociais. Em que a investigação das novas questões relacionadas à cidadania nos tempo atuais permita um novo quadro de referencia para dar conta de questões emergentes, como as novas práticas de consumo.

Dessa forma tem se proposto a análise das práticas de consumo a partir de uma redefinição daquilo que é tradicionalmente visto como o terreno da cidadania, da política e das relações de poder a serem transformadas, incluindo o conjunto das práticas sociais e culturais na concepção de cidadania (PORTILHO, 2005a).

Sendo assim podemos pensar a vida privada como um espaço de luta pela emancipação, na medida em que procuramos “desprivatizar a reconhecer publicamente interesses e razões privadas” (Arendt apud Telles: 1990), onde a política não mais significa deixar a esfera privada para dedicar-se a pública. E este novo *status* que a política ganha é reflexo das complexificações engendradas pela problemática ecológica (Beck 1997). Dessa maneira portanto estas novas relações de consumo potencializam a revalorização do público.

Se o consumo é o lugar onde o conflito entre classes ganha continuidade através da desigualdade na distribuição e apropriação de bens, ele pode se tornar uma transação politizada na medida em que incorpora a consciência das relações de poder envolvidas nas relações de produção e promove ações coletivas na esfera pública. Este enfoque reelabora as possibilidades de luta e participação política, reconfigurando as relações entre as esferas

pública e privada (HIRSCHMAN, 1983). Este tipo de estratégia ao fortalecer uma “ética de responsabilidade”, onde os indivíduos sentem-se comprometidos em melhorar o meio ambiente, revaloriza a participação na esfera pública, e conseqüentemente o sentido da cidadania.

Tais experiências, no entanto, são ambivalentes pois podem tanto reduzir a participação na esfera pública como também significar um controle social sobre a esfera íntima levando a contra-reações à responsabilidade sócioambiental. Mas também podem contribuir para um novo *ethos* sócioambiental ao fazer perceber os vínculos entre as próprias ações e seus efeitos no meio ambiente como também em outros grupos sociais.

É importante ressaltar que este enfoque aponta para as limitações que ações dos consumidores estão revestidas se forem tratadas de forma silenciosa e individual, como a proposta de consumo verde. Tal estratégia de consumidor individual silencioso também pode constituir uma perda do sentimento de pertencimento e solidariedade.

Dessa forma o consumo sustentável se apresenta enquanto proposta de política pública relacionada ao consumo, que busca conter o impacto ambiental do consumo, sejam eles frutos do superconsumo ou do subconsumo, como também o impacto da distribuição desigual dos recursos naturais. Pois não se resume a mudanças comportamentais simplesmente de consumidores individuais, ou mudanças de *design*, não negando é claro o papel importante dos consumidores enquanto práticas políticas. Nesta proposta está inclusa o princípio ético de equidade inter e intrageracional (PORTILHO, 2005b).

Um dos maiores desafios do ajuste ecológico do consumo é também estar associado a dinâmicas de redistribuição dos recursos, problematizando as desigualdades de poder na determinação dos mecanismos de comércio internacional entre os países.

Uma política de consumo sustentável coerente deve buscar integração dos diferentes “indicadores” de sustentabilidade, e continuamente refletir sobre os limites destes próprios indicadores. Não aprofundaremos este debate aqui e apenas faremos uma apresentação sumária de alguns elementos da “família de indicadores de sustentabilidade”, o primeiro seria o de “espaço ambiental” de Johan H. Opshoor, que busca articular três pontos – o ecologicamente necessário, o socialmente desejável e o politicamente atingível, indicando não somente a quantidade de capacidade ecológica usada por cada pessoa, mas também a quantidade que deveria ser usada em um “mundo sustentável”. O outro conceito seria



“mochila ecológica”, que se refere ao fluxo material e energético embutido à extração, processamento e eliminação de rejeitos da produção, possibilitando a visualização a diferença entre o conteúdo material de certo produto e os danos ecológicos e sociais decorrentes de sua produção e destinação final. E, finalmente o termo “pegada ecológica” cunhado por Mathis Wackernagel e William Rees que procura indicar o impacto ambiental dos diferentes estilos de vida da humanidade (PORTILHO: 2005b).

Este enfoque reconhece que a politização do consumo como estratégia de enfrentamento da crise socioambiental não pode ser vista como ação individual “em si mesma”, mas devem estar articuladas com organizações sociais e instituições políticas. Ao trazer os problemas coletivos para a vida pessoal a estratégia de politização do consumo aproxima as esferas privada e pública.

Como os interesses e razões privadas podem ser desprivatizadas e reconhecidas publicamente na sua legitimidade é necessário pensar os direitos enquanto linguagem política que articula práticas individuais e coletivas num espaço comum de pertencimento. Apontando para a necessidade de permitir o público invadir na esfera privada de maneira que as experiências que foram consideradas declínio ou morte da política possam ser pensadas como reposicionamento do político (BECK, 1997).

Esta politização do consumo, através de boicotes, cooperativas de consumo e etc, no nosso caso nos moldes de compras coletivas relabora as possibilidades de luta e participação política, reconstruindo as pontes entre esferas pública e privada ao mesmo tempo que viabilizam um novo modelo de desenvolvimento no campo. Também retoma à pauta o tema da feiticização da mercadoria denotando que a esfera do consumo expressa o conflito de classes seja na participação desigual na estrutura produtiva, seja na desigualdade na distribuição e apropriação dos bens. Pois consumir é participar de um cenário de disputas pelo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo (Portilho: 2002).

### **Construindo um projeto coletivo**

O presente projeto de extensão denominado Projeto Ágora, nos seus dois desdobramentos – Ecofeira Solidária e Compras Coletiva Floripa, tem se constituído de um espaço comercial e cultural em construção, aberto aos membros da comunidade universitária, mas também aos cidadãos que moram no seu entorno e na grande

Florianópolis, procurando fornecer produtos e alimentos localmente produzidos, saudáveis, de alta qualidade, processados de maneira ambiental e socialmente responsável, e por um preço justo. Enfatizando a educação ao consumidor, a participação da comunidade, e excelente atendimento aos clientes, buscando coordenar ações de produção e de consumo de produtos e serviços comprometidos com a ética e com a ecologia.

Portanto, não se trata de uma feira comum, como outras na cidade, pois não apenas nos diferenciamos através da venda de produtos provenientes das redes de agricultura familiar e orgânica, como também enfatizamos que se trata de uma feira solidária, articulada com o movimento da economia solidária, universidades públicas (UFSC e UDESC), famílias agricultoras e movimentos culturais e ecológicos. Como é uma feira livre, faz parte de nosso esforço a elaboração de uma política de preços mais favorável ao público estudantil. Também consideramos em nosso planejamento a utilização de formas que fidelizem o consumidor.

O nome ÁGORA, como é sabido, designava nas antigas cidades gregas, nas quais surgiu a experiência democrática, a praça onde se realizava tanto a assembléia dos cidadãos quanto o mercado da cidade. Nada mais apropriado para denominar nosso projeto.

Pretendendo ser, de forma cada vez mais plena, um espaço pedagógico e de convivência, conectado às redes que estão a construir uma outra economia solidária e democrática, estimulando e potencializando iniciativas econômicas dos membros da comunidade em geral abertos à valores pós materialistas. Desta forma a comunidade florianopolitana pode se beneficiar de um estilo de compras ecosolidárias, com produtos diferenciados e de qualidade, oportunizando colocar em prática dentro do Campus o conhecimento que vem sendo edificado por um novo pensamento e ação econômica social e ambiental neste planeta.

Ambas as iniciativas, a Feira e a Cooperativa de Consumo, estão situadas dentro da perspectiva da democracia econômica, que é promovida através da descentralização econômica – visando o fortalecimento local através do incentivo ao uso primordialmente local de recursos, desde sua extração até seu consumo, e ao controle desses recursos e sua utilização pela população local. Isto fornece uma contrapartida à centralização econômica, através de redes mundiais de produção e consumo que tendem a desenvolver -se dentro da lógica capitalista de exploração de recursos e mão-de-obra em quaisquer

locais onde estes possam ser explorados, sem consideração pelo equilíbrio ecológico e social do local.

Assim, o fortalecimento local promove a autosuficiência das comunidades locais organizadas regionalmente. Por outro lado, o intercâmbio de experiências entre povos de diversas regiões, países e mesmo a nível global tende também a esse fortalecimento local e autosuficiência econômica, especialmente quando estimula a elevação da consciência individual e social das pessoas aliada a um entendimento dos mecanismos de exploração a que podem ser submetidos.

Neste sentido, o enfoque no consumo consciente e responsável (teorizado como consumo sustentável) é uma ferramenta muito importante para contrapor-se à tendência consumista e individualista fomentada pelos exploradores. Esse consumo consciente vai desde o uso e consumo de mercadorias como também às informações e ao estudo. O mero acesso às informações massificadas difundidas pelas mídias corporativas é insuficiente para a promoção do consumo consciente, pois essas mídias costumam filtrar as informações que difundem de acordo com seus interesses de exploração. Dentro desse mesmo viés explorador, até mesmo a educação, desde o nível básico até o nível universitário, tende a adotar um enfoque técnico e especializado e deixar de lado a socialização, os problemas sociais, as questões e a formação éticas, uma visão holística e integrada da diversidade de conhecimentos, práticas, manifestações culturais e formas de vida ou existência. A tendência à exploração fomenta a divisão, a fragmentação, o materialismo e a luta pela sobrevivência, opiniões dogmáticas e o prazer egoísta, em nome dos interesses de poucos indivíduos.

Em contraposição a tal tendência se encontra o enfoque pelo bem-estar coletivo, de todos os seres. Isto implica uma orientação intelectual e prática baseada na ética. Com esse embasamento, gradualmente haverá a integração da diversidade de manifestações e formação de uma visão integrativa, sem contanto ceder-se à pressão de indivíduos ou grupos motivados por tendências contrárias à ética, ou seja, não orientados para o bem-estar coletivo. A aceitação da diversidade humana não significa a tolerância com as tendências degradantes e exploradoras que nela se manifestam, pois estas tendem a eliminar essa diversidade e sua beleza.

**Contribuição ao eixo temático escolhido**

Assim, o Projeto Ágora tem se caracterizado enquanto um laboratório experimental no qual se trabalha, aprende, ensina, e se constrói em cooperação com as redes de economia solidária, agroecologia, tradições espirituais, culturais e o conhecimento acadêmico. A Ágora tem um caráter educativo, sendo um local propício para a evolução e transformação de cada um dos seus participantes e para todo o coletivo, bem como um ambiente de aprendizado que gradualmente impactará uma comunidade mais ampla na medida em que seus resultados sejam informados e assumidos pelo público em geral.

Atualmente a Ecofeira Solidária tem periodicidade semanal, realizando-se às quartas-feiras, das 7h às 14h, em frente a Reitoria na Praça da Cidadania próximo ao monumento à América Latina e o Relógio do Sol, no Campus Trindade da UFSC. É, portanto, uma feira semanal de produtos orgânicos, manufaturados e artesanato das redes de economia solidária, onde buscamos estabelecer também um espaço para a realização de trocas solidárias com ou sem moeda social (a qual será oportunamente introduzida).

Ou seja, não é um espaço exclusivamente comercial (no sentido capitalista do mesmo), uma vez que também ocorrem trocas solidárias diretas (sem a mediação de qualquer moeda) e futuramente trocas através de moeda social. Além do mais, buscamos apresentar o espaço da Feira também como um local para a apresentação de artistas e intelectuais da comunidade, bem como para nossos artesãos se fazerem presentes. Portanto, a dimensão cultural, artística e festiva está fortemente realçada em sua construção.

Cada vez mais tem se procurado integrar a Ecofeira Solidária com a experiência da CCF – Compras Coletivas Floripa. Os diversos valores promovidos e manifestados pela Ecofeira também estão presentes nessa iniciativa, que tem sua origem no mesmo projeto Ágora, sendo inspirada por iniciativas semelhantes em Florianópolis e outros locais.

As Compras Coletivas buscam o estreitamento de laços entre consumidores e produtores, evitando intermediadores que exploram a atividade de revenda com fins de lucro. Dessa forma as Compras Coletivas, que se realizam mensalmente e se organizam através de uma rede virtual, possuem no seu quadro de fornecedores empreendimentos que estejam sintonizados com o novo paradigma emergente, buscando fortalecer as experiências da agroecologia e da economia solidária.

A participação nas Compras Coletivas é aberta a quem se identificar com sua proposta, e a ocasião da divisão dos alimentos ou produtos encomendados, a partilha, é

também ocasião em que se promove a socialização e estreitamento de laços entre seus participantes, em especial desenvolvendo alguma dinâmica de grupo. É dado incentivo a que novas pessoas participem da organização das Compras Coletivas, promovendo assim também uma maior atuação e consciência social do indivíduo, dentro do espírito do cooperativismo.

Temos como parceiros atualmente a Rede Ecovida de Agroecologia fornecendo alimentos saudáveis com origem social e ambiental segura através da CooperBiorga, o Centro de Estudos e Promoção da Agricultura de Grupo – Cepagro prestando assessoria técnica e organizacional a esses produtores, o Núcleo de Estudos e Prática em Socioeconomia Solidária – Nesol/Ufsc, e estamos em fase de consolidação de parceria com o Núcleo Transdisciplinar em Meio Ambiente e Desenvolvimento – NMD/Ufsc e com o Núcleo Interdisciplinar em Sustentabilidade e Redes Agroalimentares – Nisra/Ufsc.

### **Possibilidades no horizonte**

Há também atualmente a possibilidade de estar, no futuro, entrelaçando a este projeto a uma outra iniciativa da Rede Ecovida de Agroecologia que procura encontrar saídas para a comercialização de produtos dos agricultores participantes da rede, sobretudo em relação ao transporte, viabilizando uma produção e distribuição coordenada.

Tendo em vista as dificuldades encontradas para a comercialização de produtos agroecológicos, sobretudo em relação ao transporte dos produtos do meio rural para as cidades, algumas cooperativas, associações e ONGs vinculadas à Rede Ecovida de Agroecologia se articularam conjuntamente para enfrentar estas limitações. A partir disso foi criado o Circuito Sul de Circulação de Alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia.

Um dos principais objetivos do Circuito Sul de Circulação de Alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia é incentivar outro estilo de comercialização e de transporte, pautado nos princípios da economia solidária. Além de estar sempre transportando alimentos saudáveis, de origem social, ética e ambiental segura dentro de uma perspectiva de fortalecimento ao *desenvolvimento territorial sustentável*.

Atualmente o Circuito Sul de Circulação de Alimentos da Rede Ecovida de Agroecologia conta com 13 organizações integrantes, dentre elas cooperativas, associações e ONGs articuladas ao desenvolvimento rural. Estas 13 organizações se espalham nos três estados da região sul, e no estado de São Paulo, da seguinte forma: três organizações no

Rio Grande do Sul, cinco organizações em Santa Catarina, quatro organizações no estado do Paraná e uma no estado de São Paulo.

O Circuito trabalha de acordo com alguns princípios, que o caracteriza de maneira diferente em relação à comercialização convencional de produtos alimentícios. Em relação ao primeiro princípio, para integrar o circuito é necessário que todos os alimentos sejam orgânicos, e produzidos de forma ecológica por agricultores que estejam vinculados à Rede Ecovida de Agroecologia, assim como, que possuam o selo de Certificação Participativa. Outro requisito para se integrar ao circuito é que os agricultores envolvidos se enquadrem na Agricultura Familiar, sendo assim caracterizados como pequenos e médios produtores agrícolas.

O segundo princípio do sistema do Circuito se refere à co-responsabilidade que todos os participantes do Circuito da Rede têm em relação às mercadorias dos outros produtores de outros locais. Ou seja, as organizações que vendem - sejam elas cooperativas, associações, ou agricultores familiares independentes – devem também se comprometer em comprar os produtos do Circuito, com o intuito de que todos sejam beneficiados, não só vendendo seus próprios produtos, mas também ajudando a vender os produtos dos outros participantes do Circuito. Isso também traz a vantagem de uma maior diversidade de mercadorias ofertadas nos mercados locais; como mercados, feiras, consumidores associados à Rede Ecovida, dentre outros. Além disso, esse sistema de co-responsabilidade mútua pelas mercadorias dos diferentes produtores de diversas estações e sub-estações do Circuito propicia uma grande economia nos gastos com frete, uma vez que os caminhões nunca circulam vazios entre as estações.

Tendo em vista que o Circuito Sul de Circulação de Alimentos da Rede Ecovida se desenvolve a partir de uma proposta de *um sistema de comercialização baseado nos princípios da economia solidária e da Agroecologia*, podemos concluir que este Circuito supera a visão convencional de comercialização e transporte de alimentos, pautada dentro de uma lógica produtivista e interessada unicamente na lucratividade.

### **Principais dificuldades**

Uma das maiores dificuldades que os dois desdobramentos enfrentam são a falta de um espaço permanente de comercialização, e neste sentido com intuito de avançar os trabalhos desenvolvidos que surgiu entre os atores envolvidos no Projeto Ágora – feirantes e

consumidores, a idéia de um local permanente de comercialização solidária. Sendo uma saída tanto para os produtores e artesãos, que tem grandes dificuldades na comercialização, como também para os consumidores que não encontram pontos de venda desse tipo de produto, e ainda se defrontam com altos preços praticados no comércio convencional. Sendo que nos arredores da universidade existe uma alta densidade demográfica – estudantes, servidores e comunidade em geral que são potencialmente consumidores deste perfil, fortalecendo a sustentabilidade através do consumo de produtos agroecológicos, saudáveis, socialmente e ecologicamente produzidos e a um preço justo e solidário.

Sendo a UFSC – Universidade Federal de Santa Catarina – um espaço público, e que um local permanente de comercialização solidária não tem como objetivo último fins lucrativos, e sim o intuito de beneficiar os agricultores familiares ecológicos em suas dificuldades de comercialização, é que estamos buscando tal espaço dentro da universidade o que beneficiará e estimulará a comunidade do entorno da UFSC para o consumo de produtos ecosolidários, de acordo com os princípios da economia solidária e da agroecologia.

### **Financiamento interno e fontes externas**

Em 2007/2 tivemos a oportunidade de ser contemplado com recursos do Pró-extensão/Ufsc no valor de R\$1.000,00 que foi destinado a comprar uma barraca para feirantes e uma balança para as Compras Coletivas Floripa.

Não temos custos organizacionais visto que trabalho realizado é voluntário, apenas temos custos com o transporte dos alimentos no caso das Compras Coletivas Floripa que é pago pelos próprios participantes da compra em específico.

### **Referências Bibliográficas**

ACSELRAD, H. Cidadania e meio ambiente. In: ACSELRAD, H. (Org.) Meio Ambiente e Democracia. Rio de Janeiro: IBASE, 1992.

BAUMAN, Z. Em busca da política. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BAUMAN, Z. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

- BAUMAN, Z. Comunidade – a busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- BECK, U. A reinvenção da política: rumo a uma teoria da modernização reflexiva. In: Giddens, A. *et alii*. Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna. São Paulo: Unesp, 1997.
- BECK, U. Liberdade ou capitalismo? Ulrich Beck conversa com Johannes Willms. São Paulo: Unesp, 2003.
- BRÁS, O. Consumo Alimentar Bio. Mnome: Revista Virtual de Humanidades, n. 9, v. 3, jan./mar, 2004. [www.seol.com.br/mnome](http://www.seol.com.br/mnome).
- BOFF, L. Dignitas Terrae. Ecologia: Grito da Terra, grito dos pobres. São Paulo: Ática, 1996.
- CANCLINI, N. Consumidores e cidadãos - conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1996.
- GADOTTI, M. Pedagogia da Terra. São Paulo: Peirópolis, 2000.
- GALLOPÍN, G. Ecologia y Ambiente. In: E. Leff (org) Los problemas del conocimiento y la perspectiva ambiental del desarrollo. México: Siglo XXI, 1986.
- GROSSO, P. e TELES, M. Levantamento inicial de entidades que trabalham com a comercialização ou consumo de produtos agroecológicos no Brasil – em busca de iniciativas dentro da perspectiva da Economia Solidária. Programa de Economia Solidária da Embaixada da França. Minas Gerais: s.n., 2003.
- HIRSCHMAN, A. De consumidor a cidadão: atividade privada e participação na vida pública. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- KUTNER, R. Tudo à venda – as virtudes e os limites do mercado. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- MANCEBO, D. Consumo e subjetividade: trajetórias teóricas. Revista Estudos de Psicologia, v. 7, n. 2, p. 325-332, 2002. [www.scielo.br/pdf/epsic/v7n2/a13v07n2.pdf](http://www.scielo.br/pdf/epsic/v7n2/a13v07n2.pdf) (acessado 12/11/2007)
- MEADOWS, D. (Org.) Limites do crescimento. São Paulo: Perspectiva, 1978.
- MORIN, E. e KERN, A. B. Terra-Pátria. Porto Alegre: Sulina, 1995.
- MORIN, E. A cabeça bem feita. Repensar a reforma, reformar o pensamento. São Paulo: Bertrand Brasil, 2000.
- PACHECO, F. S. O Homem-Ecológico – a falência do modelo social e o despertar de uma nova consciência. Rio de Janeiro: Taba Cultural, 2004.
- PORTILHO, F. Limites e possibilidades do consumo sustentável. In: Mônica Serrão. (Org.). Educação, ambiente e sociedade: temas e práticas em debate. 1a ed. Serra - ES: CST, 2004, v. , p. 73-96.



PORTILHO, F. Consumo sustentável: limites e possibilidades de ambientalização e politização das práticas de consumo. Cadernos EBAPE.BR (FGV), v. III, p. 3, 2005a.

PORTILHO, F. Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania. São Paulo: Cortez, 2005b.

SACHS, I. Rumo a ecossocioeconomia. Teoria e prática do desenvolvimento. São Paulo: Cortez, 2007.

VIEIRA, P. F. E HOGAN, D. J. (Orgs.) Dilemas socioambientais e desenvolvimento sustentável. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.

Vieira, P. F. e MAIMON, D. (Orgs.) As ciências sociais e a questão ambiental. Rumo a interdisciplinaridade. Belém: UFPA, 1993.

VIEIRA, P. F. Repensando a educação para o ecodesenvolvimento no Brasil. Texto apresentado no 8º Encontro Nacional de Ensino Agrícola. Camboriú – Sc, 2002.

VIEIRA, P. F. Ecodesenvolvimento: do conceito à ação. De Estocolmo a Joanesbugo. In: Sachs, I. Rumo à ecossocioeconomia. Teoria e prática do desenvolvimento. São Paulo: Cortez, 2007.