

FEIRA AGROECOLÓGICA DO CAMPUS I DA UFPB: CERTIFICAÇÃO SOCIAL E REVITALIZAÇÃO¹

Valeria de Marcos – Depto. Geociências CCEN UFPB
demarcos.valeria@terra.com.br

Paulo José Adissi – Depto. Engenharia de Produção CT UFPB
adissi@producao.ct.ufpb.br

Mariana Borba de Oliveira – Depto. Geociências CCEN UFPB
marianaborabaip@hotmail.com

Kátia Cristina do Vale – Depto. Geociências CCEN UFPB
katiacrisvale@yahoo.com.br

André Duarte Lucena – Depto. Engenharia de Produção CT UFPB
anduluc@hotmail.com

Thiago Araujo Santos – Depto. Geociências CCEN UFPB
thiagoasan@yahoo.com.br

Introdução

O presente trabalho apresenta os primeiros resultados da pesquisa/atividade de extensão realizada sobre a feira agroecológica que se desenvolve semanalmente no Campus I da UFPB. Seu objetivo é construir, em conjunto com os camponeses assentados e os clientes habituais da feira, uma *certificação social* para os produtos ali comercializados. Espera-se, com esta iniciativa, contribuir para o aumento da frequência de consumidores, promovendo assim a sua revitalização. Iniciamos informando sobre as origens da presente proposta de intervenção. Em seguida, tratamos das origens da feira agroecológica e fazemos uma breve descrição dos assentamentos e acampamento envolvidos. Por fim, tratamos do estágio atual da pesquisa, através da análise dos dados relativos ao perfil dos clientes da feira e informamos sobre o estágio atual da pesquisa e os passos a serem dados futuramente.

De onde partimos e onde chegamos até o momento

A “Feira Agroecológica do Campus I da UFPB” existe há quase três anos. Apesar do seu visível crescimento, os camponeses que dela participam sentiram a necessidade de melhor informar-se sobre as práticas de produção agroecológica existentes, bem como o compromisso de esclarecer aos seus clientes sobre as práticas por eles realizadas, com o objetivo de reduzir uma certa resistência/desconfiança presente em alguns clientes. Diante dessa demanda, procuraram a

¹ Trata-se de um projeto de extensão, coordenado pelo Prof. Dr. Paulo José Adissi, do Depto. de Engenharia de Produção do CT UFPB, realizado com apoio financeiro do CNPq através de um edital CT AGRO aprovado em dezembro de 2004. A equipe original é composta por três professores universitários, quatro estudantes dos Cursos de Graduação em Geografia, Engenharia de Produção, Comunicação Social e Ciências Sociais e dois estudantes do segundo grau pertencentes a dois dos assentamentos envolvidos. Em junho de 2004 o projeto foi subdividido e apresentado ao Programa de Extensão da UFPB, um sob a coordenação do Prof. Dr. Paulo J. Adissi e outro sob a coordenação da Prof. Dra. Valeria de Marcos, tendo este último recebido cinco novos estudantes, todos do Curso de Graduação em Geografia.

Universidade, através do GEA – Grupo de Ergonomia Agrícola e Gestão Ambiental – para que, juntos, pudessem encontrar uma solução para o problema. Foi com este intuito que o presente projeto foi elaborado. Sabendo-se dos altos custos existentes para a obtenção de um selo oficial de certificação biológica, e não sendo este, inclusive, o objetivo destes camponeses, a idéia deste projeto é aquela de elaborar, conjuntamente com os camponeses e os clientes habituais da feira, uma *certificação social*, de forma a melhorar as condições de produção – através, por exemplo, da construção de tanques para produção de biofertilizantes, minhocultores, etc., sempre que estes sejam necessários – e garantir aos clientes a qualidade dos alimentos oferecidos na feira. Visando envolver de fato a comunidade dos quatro assentamentos na pesquisa, decidimos contar com a participação de um estudante secundarista de cada assentamento, que nos auxiliará na realização dos diagnósticos e análise dos resultados alcançados.

Para o alcance destes objetivos, o projeto prevê a realização das seguintes etapas:

1. aplicação de um questionário rápido entre os clientes para avaliar o perfil dos mesmos e identificar aqueles que queiram participar da etapa de construção desta *certificação social*.
2. aplicação de um questionário rápido entre os não consumidores, para identificar os motivos pelos quais eles não freqüentam a feira e avaliar o interesse na aquisição de uma “cesta” com produtos previamente escolhidos por eles.
3. realização de um diagnóstico sobre as condições gerais do assentamento e sobre aquelas específicas dos camponeses envolvidos com a produção agroecológica.
4. avaliação das práticas de produção agroecológicas empregadas nas hortas e identificação das eventuais adaptações/melhorias a serem realizadas.
5. realização de grupos focais com os camponeses e os clientes habituais da feira para construção da *certificação social*.
6. divulgação dos resultados parciais alcançados pela pesquisa através de boletins bimestrais.

Até o presente momento realizamos a aplicação de questionários com os clientes da feira e avaliamos os resultados alcançados. Para ampliar os horizontes e ouvir a comunidade universitária que não freqüenta a feira, aplicamos um questionário rápido – atualmente em fase de análise – e elaboramos e divulgamos o primeiro boletim da feira, com informação sobre os assentamentos e o projeto. Estamos atualmente elaborando placas para a identificação dos camponeses nas barracas, preparando o segundo boletim e discutindo com os estudantes a metodologia a ser utilizada para a realização do diagnóstico.

Como tudo começou...

Os primeiros passos na direção da construção da “Feira Agroecológica do Campus I da UFPB” foram dados ainda no final dos anos 90. A equipe da CPT que acompanhava os assentamentos havia já identificado a dificuldade de comercialização da produção enfrentada pela maior parte dos camponeses assentados, dificuldade esta que foi confirmada através da realização da pesquisa multidisciplinar “*Qualidade de vida e reforma agrária na Paraíba*”, coordenada por Thomas Bamat e Genaro Ieno Neto e realizada através da Unitrabalho/UFPB com uma equipe de doze professores da universidade e vinte e cinco estudantes das mais diversas áreas. A pesquisa, realizada entre 1996 e

1998, abordou questões relativas à educação, saúde, associativismo, participação política, subjetividade, relações de gênero, produção, comercialização e renda em doze áreas de assentamentos rurais distribuídos no litoral, várzea e agreste paraibanos. Apesar do sucesso alcançado pela maior parte dos assentamentos estudados, relatado inclusive pelos próprios camponeses que na sua grande maioria declaravam-se felizes e satisfeitos com a vida que levavam, inúmeros foram os problemas identificados, a seu tempo, no que se referia às condições de produção e vida nos assentamentos estudados os quais, uma vez resolvidos, poderiam melhorar em muito as condições de vida daqueles camponeses.

No que se referia à comercialização da produção, a pesquisa revelou que a maioria dos camponeses assentados entregava a produção ao atravessador, boa parte deles, inclusive, chegava a vender o produto *na folha*, ou seja, antes mesmo de realizar a colheita. Os ganhos eram muito baixos, na maioria das vezes insuficientes inclusive para saldar os débitos de custeio da produção obtidos através do extinto PROCERA. Aqueles poucos que tentavam comercializar diretamente com os consumidores enfrentavam uma série de dificuldades, entre elas o alto custo do frete, o alto custo da “pedra” nas feiras² e as dificuldades oferecidas pelos atravessadores no CEASA³. Outro problema identificado foi o da pequena diversificação da produção, fato que também contribuía a rebaixar o preço dos produtos no momento da colheita.

Diante da situação relatada pela divulgação dos dados preliminares, em 1997, a CPT decidiu promover uma reunião para começar a discutir os problemas enfrentados pela comercialização e procurar construir, conjuntamente, uma solução viável e eficaz para a mesma. Inicialmente foram envolvidos todos os assentamentos da várzea paraibana. Participaram da reunião representantes de todos os assentamentos ali existentes, secretários da agricultura e prefeitos dos municípios, além de representantes do Banco do Nordeste, da EMATER e da Universidade. Foram levantadas várias idéias: venda para as escolas, creches e hospitais; venda em caminhões itinerantes, mas as idéias encontravam pouca aceitação. Pensou-se então na possibilidade de criação de uma Central de Abastecimento dos Assentamentos, onde fosse possível a venda direta da produção, idéia que foi rapidamente aceita. Chegou-se a identificar o local, às margens da BR 101 que liga João Pessoa a Recife, e a iniciar os contatos para a sua realização. Mas um outro problema não tardou a aparecer: o da baixa quantidade e pouca diversificação dos produtos oferecidos pelos assentamentos. O resultado foi o abandono da idéia. Levantou-se então a possibilidade de utilização de uma área abandonada próxima ao local de realização da feira em Sapé, para que os camponeses pudessem expor seus produtos, mas a Prefeitura não se mobilizou. Pensou-se em uma feira em Santa Rita, mas também ali a Prefeitura ofereceu uma série de resistências. Enquanto isto, os camponeses assentados continuavam vendendo a produção aos atravessadores e a situação parecia não ter solução. As dificuldades encontradas desestimularam a organização do grupo, e a participação nas reuniões foi diminuindo cada vez mais.

² Local onde podem expor as mercadorias nas feiras públicas.

³ Segundo os camponeses assentados, os atravessadores no CEASA organizavam-se em “cartel” e ofereciam um preço ainda mais baixo do que aquele oferecido no assentamento. Muitas vezes os camponeses retornavam com os produtos para o assentamento, tendo ainda que arcar com os custos de transporte e de entrada e saída do CEASA.

Mesmo com uma participação reduzida, as reuniões continuaram ocorrendo. Foi então que surgiu a consciência, em 1998, da necessidade de buscar o novo, de oferecer **produtos diferentes para um mercado** igualmente **diferente**. Diversificar a produção foi o primeiro passo. Foi então que alguns assentados passaram a cultivar hortaliças e a investir em outras culturas, como por exemplo, a produção de mel. O passo seguinte foi aquele mais importante: a opção por uma **outra produção**, a **produção agroecológica**. Uma representante da Cáritas, que também acompanhava o grupo, viajou para Santa Maria-RS, para acompanhar de perto as experiências de produção agroecológica ali realizadas, e retornou apresentando a novidade aos camponeses assentados que ainda persistiam em busca da solução. O grupo que se interessou pela idéia foi levado para visitar as experiências e, diante da constatação de sua viabilidade, decidiu “arriscar”. Foram buscados recursos junto ao BNB e ao Banco do Brasil, mas a resposta foi negativa. O grupo não desistiu e começou com os poucos recursos existentes, a dedicar-se ao cultivo agroecológico de hortaliças.

Foram necessários alguns anos para que a situação se consolidasse e, muito embora o problema da comercialização da produção não tivesse deixado de ser discutido, ele ainda continuava sem solução. Em 2000 novos passos foram dados, através da realização de oficinas sobre a comercialização, abordando aspectos referentes ao relacionamento com o público e preparando os camponeses para o contato com os consumidores. Além disso, incentivou-se a introdução de relações não monetárias, através da troca de produtos por produtos entre os camponeses, de forma a que todos pudessem dispôr de uma maior diversificação de alimentos para o consumo sem que para isso tivessem que comprometer uma boa parte dos poucos obtidos com a comercialização que conseguiam realizar, experiência esta que foi muito bem aceita por eles. Finalmente, em 2001, a Cáritas conseguiu R\$ 4.000,00 como recurso e ofereceu aos camponeses. Os técnicos que acompanhavam o grupo realizaram um levantamento da produção e da capacidade produtiva dos camponeses integrantes do grupo, e concluíram que era possível partir para a experiência da comercialização da produção. Foi assim que, mesmo temerosos, o grupo decidiu arriscar. Foram confeccionadas as primeiras barracas com o recurso oferecido pela Cáritas e, em novembro de 2001, foi realizada a primeira “Feira Agroecológica” em uma praça pública próxima ao mercado de Mangabeira, em um dos maiores bairros populares de João Pessoa, tendo sido apurado R\$ 600,00 ao todo.

Foram realizadas de cinco a seis feiras em Mangabeira, mas o dinheiro obtido ao final de cada feira era cada vez menor, chegando ao ponto de terem que tirar do bolso para pagar o frete. Diante desta situação o grupo decidiu interromper a experiência para avaliar as causas do insucesso. Conscientes da viabilidade do projeto o grupo passou a procurar novas alternativas. Em 2002 conseguiram o apoio da UFPB e assim a feira transferiu-se para o interior do Campus I, no estacionamento próximo à Biblioteca Central, e muito próximo à entrada principal do Campus, onde funciona até hoje. De lá para cá tem apresentado um contínuo crescimento, prova da aceitação e do sucesso da experiência.

Em 2004 o grupo decidiu criar uma associação para a feira, a “*Associação dos Agricultores e Agricultoras Agroecológicos da Várzea Paraibana – EcoVárzea*” que tem por objetivos, entre outros, unir os camponeses que optaram pela agricultura agroecológica, garantindo as condições de continuidade da produção e comercialização da produção dos associados; criar novos canais de

escoamento da produção; fortalecer a autogestão dos camponeses e intermediar na elaboração de projetos que visem a melhoria das condições de produção dos associados.

Atualmente a feira é composta por 20 barracas e mais de 40 camponeses envolvidos diretamente na sua realização, sem contar aqueles que o fazem indiretamente. Participam da experiência grupos de camponeses assentados de quatro áreas de assentamentos rurais: Dona Helena, localizado em Cruz do Espírito Santo; Padre Gino, Rainha dos Anjos e Boa Vista, localizados em Sapé, e o acampamento Ponta de Gramame, localizado no Bairro Valentina, em João Pessoa⁴.

Os camponeses que participam da feira contribuem semanalmente com o “fundo de feira” para cobrir os gastos com a sua manutenção. Atualmente a contribuição tem sido variada. Aqueles que em tempos anteriores contraíram empréstimos para a realização de melhorias nas condições de produção contribuem com 7% do apurado na feira. Aqueles que não possuem débitos contribuem com 2%. A feira está comemorando o seu terceiro ano de existência, sendo prevista ainda para este ano a realização de uma festa com a presença dos clientes, a ser realizada em um assentamento (provavelmente o Assentamento Padre Gino), com visita às hortas, comes e bebes e muito forró.

Os assentamentos envolvidos

Assentamento Padre Gino: localizado no município de Sapé, foi criado pelo INCRA através da desapropriação da Fazenda Santa Luzia, em setembro de 1996. Possui uma área de 560 ha, 62 famílias assentadas, com uma área por parcela que varia entre 5 e 6 ha. Entre os produtos cultivados pelos assentados de uma forma geral estão hortaliças e culturas orgânicas – alface, chicória, espinafre, brócolis, cebolinha, coentro, couve, beterraba, cenoura, abobrinha, beringela, entre outras – além das culturas tradicionais como inhame, macaxeira, mandioca, feijão, feijão de corda e batata doce. Como frutas, cultivam acerola – possuem uma área de acerola coletiva, pouco explorada – abacaxi, maracujá, caju, além das frutas típicas locais como graviola, mangaba, cajá, etc. O rebanho animal é composto por bovinos, caprinos e ovinos, além da avicultura para o consumo familiar.

É o assentamento com maior participação na feira. Dez das vinte barracas são suas⁵, com 14 famílias e mais de 20 pessoas envolvidas diretamente na feira, além daquelas que estão envolvidas indiretamente. Uma destas barracas, vale salientar, pertence ao grupo de jovens que se dedica ao cultivo agroecológico de hortaliças. Os produtos que mais comercializa na feira são: alface, chicória, espinafre, couve, coentro, cebolinha, cenoura, pimentão verde, beringela, abobrinha, brócolis, cebola (em fase de experiência), côco verde, abóbora, tomate e tomate cereja, chuchu, pepino, macaxeira, inhame e batata doce. Possui também uma barraca de comidas prontas, com preparo na hora de beiju e tapioca e venda de bolos, tortas salgadas e doces, café e sucos.

Assentamento Dona Helena: localizado no município de Cruz do Espírito Santo, foi criado pelo INCRA através da desapropriação da Fazenda Engenho Novo, em 1995. Possui uma área de 764 ha e 104 famílias assentadas. A área das parcelas varia de 3 a 7 ha. A área da várzea, de 3,5 ha, é de uso comum. Entre os produtos cultivados pelos assentados destacam-se feijão, feijão de corda, milho, macaxeira, inhame, batata doce, cana-de-açúcar, hortaliças, abóbora, tomate, tomate cereja,

⁴ Ainda que participe da feira, o acampamento Ponta de Gramame não faz parte da Associação *EcoVárzea*, conforme Estatuto elaborado em setembro de 2004 e registrado em Cartório em abril de 2005.

abobrinha, beterraba, cenoura, frutas como mamão, maracujá, acerola, banana, caju, mangaba, cajá, graviola, etc. O rebanho animal é também diversificado e composto por bovinos, caprinos, suínos e aves, parte para o consumo familiar, parte para a comercialização.

É o segundo assentamento com maior participação na feira. Ao todo são oito barracas, uma delas dividida com o Assentamento Padre Gino. Destas, uma barraca pertence ao CRF – Centro Rural de Formação – cuja sede é dividida com a Associação do Assentamento Dona Helena. Outra pertence ao Grupo de Mulheres, organizado pela CPT Mulheres, que comercializa lambedores, garrafadas, sabonetes e xampus medicinais, e ainda vende, em consignaçoão, livros de receitas com produtos naturais. Os produtos que mais comercializa são: alface, chicória, coentro, couve, cebolinha, tomate, tomate cereja, abóbora, pimentão verde, beterraba, quiabo, feijão verde, abobrinha, cenoura, acerola, mamão, flores tropicais, mel, ovos de capoeira, etc. Possui também uma barraca de comidas prontas, onde comercializa bolos e tortas – para consumo na hora ou embalados para viagem – café, suco, macaxeira cozida com galinha de capoeira, além do preparo na hora de tapioca e beiju.

Assentamento Boa Vista: localizado no município de Sapé, foi criado pelo INCRA através da desapropriação da Fazenda Boa Vista, em outubro de 1996. Possui uma área de 658 ha, 122 famílias assentadas, e uma área média por parcela de 6,5 ha. Entre os produtos cultivados pelos assentados destacam-se a macaxeira, milho, feijão, inhame, hortaliças para o consumo, frutas como acerola, caju, cajá, graviola, mangaba, etc. O rebanho animal é composto por caprinos e bovinos além dos suínos e da avicultura para o consumo familiar e para comercialização.

O assentamento participa com apenas uma barraca que comercializa sobretudo carne fresca – bode e frango – e refeições (bode com macaxeira cozida). A barraca de “Seu Gabriel Boiadeiro” é frequentada assiduamente por uma clientela fixa de professores, alunos e funcionários para os almoços da sexta-feira⁶. Atualmente ele tem levado também artesanato produzido pela esposa, temperos secos e alho.

Assentamento Rainha dos Anjos: localizado no município de Sapé. Possui uma área de 382 ha, 49 famílias assentadas, três delas envolvidas na feira. A área das parcelas varia entre 4,5 e 7 ha. Entre os produtos cultivados pelos assentados destacam-se macaxeira, milho, feijão, inhame, hortaliças para o consumo, frutas como acerola, maracujá, caju, côco verde, graviola, cajá, etc. O rebanho animal é composto por bovinos, caprinos e aves.

O assentamento participa com uma barraca que comercializa macaxeira, goma para tapioca, inhame, tomate cereja, abóbora, maracujá, acerola, ovos de capoeira, aves para serem abatidas e mel. É prevista a ampliação de uma barraca e o início da comercialização do abacaxi.

Acampamento Ponta de Gramame: localizado no bairro Valentina Figueiredo, em João Pessoa, encontra-se ainda em fase de luta pela terra, cuja solução apresenta-se dificultada pelo fato de localizar-se em área de expansão urbana. Encontram-se acampadas aproximadamente trinta famílias, mas apenas quatro camponeses participam da feira, com uma barraca, onde comercializam

⁵ Uma delas é dividida com o Assentamento Dona Helena.

⁶ Tanto que uma sugestão dada por um dos “habituês” para a melhoria da feira foi a criação de uma “praça de alimentação”

macaxeira, inhame, abóbora arroz da terra, feijão seco, fava seca, camarão de água doce, ovo de capoeira e goma para tapioca.

O que os clientes pensam da feira...

Visando propiciar melhorias na relação existente entre os camponeses e os clientes da feira, elaboramos um questionário com o objetivo de obter um perfil dos clientes, procurando identificar quem são e de onde vem; qual o grau de consciência que possuem sobre o significado e importância daquela iniciativa; o grau de informação e conhecimento em relação aos alimentos orgânicos e agroecológicos⁷; tempo que freqüentam a feira e com qual periodicidade; nível de satisfação com relação à higiene, qualidade e aparência dos produtos, atendimento e embalagens utilizadas; o entendimento das críticas mais freqüentes em relação à feira e das expectativas com relação a melhorias para a feira.

Os questionários, num total de 100, foram aplicados em agosto de 2005, distribuídos durante todo o período de funcionamento da feira: das 5:00 às 13:00 horas. É nosso objetivo analisar também uma eventual diferença no perfil dos consumidores por faixa de horário. No presente trabalho, porém, apresentamos apenas os dados mais significativos para o conjunto da feira.

A “Feira Agroecológica do Campus I da UFPB” tem uma clientela bem heterogênea. Muito embora a maioria pertença à comunidade universitária – professores, alunos e funcionários – são significativos também os moradores de bairros próximos à universidade bem como de bairros mais distantes. Entre os motivos que os levam a freqüentar a feira, destaca-se majoritariamente o fato da mesma oferecer produtos **orgânicos**, seguido de longe por outros motivos como a **qualidade**, a **localização** da feira e os **preços** por ela oferecidos (Gráfico 1). Visando compreender qual a importância que os mesmos atribuem a esta iniciativa, elaboramos uma questão onde elencamos suas três características fundamentais – *venda direta ao consumidor*, *produtos provenientes da Reforma Agrária* e *produtos agroecológicos* – para em seguida questionar sobre a ordem de prioridade dada por eles. Entre os entrevistados, a maioria (62%) entende como característica mais importante da feira o fato de serem produtos agroecológicos. As demais características aparecem praticamente com a mesma importância, com uma ligeira vantagem para o fato de serem produtos provenientes de assentamentos de Reforma Agrária (Gráfico 2).

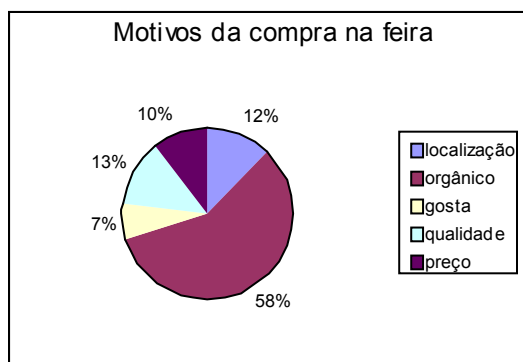


Gráfico 1

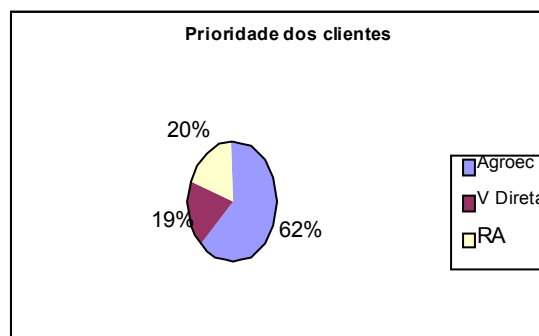


Gráfico 2

⁷ O questionário pergunta sobre ao cliente se sabe o que é um produto **orgânico**.

A fidelidade dos clientes é algo que também merece destaque: metade dos clientes entrevistados declararam freqüentá-la desde o início. Significativo também é o aumento do número de que a frequentam há um ano, correspondendo a pouco mais de 30% dos clientes entrevistados (Gráfico 3). Um importante elemento a ser destacado também é a periodicidade de freqüência dos clientes na feira agroecológica. A maioria dos clientes são “fixos”: 66% freqüentam a feira semanalmente e 19% quinzenalmente. Merece destaque ainda a participação daqueles que estão se aproximando da feira aos poucos: 11% dos entrevistados declararam não possuir uma regularidade fixa (Gráfico 4).

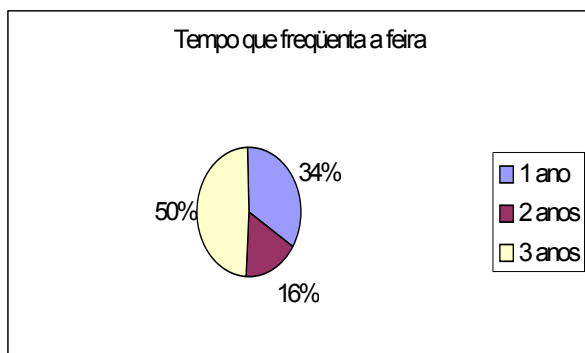


Gráfico 3

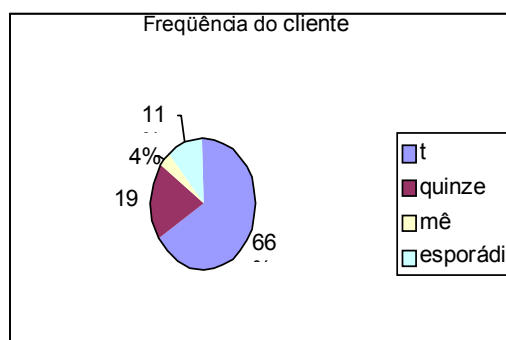


Gráfico 4

Tendo em vista que uma das características da feira é a comercialização direta, decidimos avaliar a satisfação da clientela com relação ao atendimento realizado pelos camponeses. O que observamos foi um elevado nível de satisfação, tendo o mesmo sido considerado **bom** por 71% dos clientes e **excelente** por 22% deles (Gráfico 5). Tal fato se confirma pela relação de proximidade, amizade e “fidelidade” existente entre os camponeses e seus clientes, como freqüentemente temos observado através de nossas constantes visitas à feira. Importante também é o elevado nível de consciência dos clientes em relação ao tipo diferenciado de produto comercializado na feira em relação aos produtos comumente comercializados em supermercados e feiras livres. Questionados sobre o significado da denominação “agroecológica” da feira e sobre o que é um produto orgânico, 83% dos clientes afirmaram saber que a feira da UFPB é do tipo agroecológica e o que é um produto orgânico, 6% sabiam dizer o que é um produto orgânico mas não sabiam que aquela é uma feira agroecológica e 7% afirmaram saber que aquela é uma feira agroecológica mas não sabiam dizer o que é um produto orgânico (Gráfico 6).

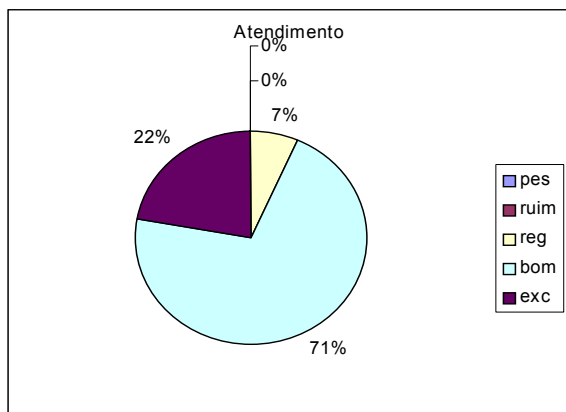


Gráfico 5

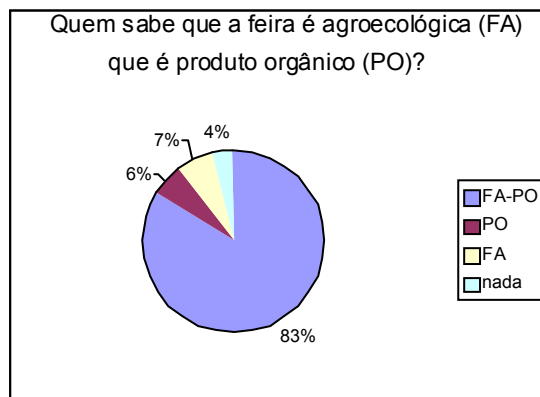


Gráfico 6

Ainda para avaliar o grau de conhecimento da clientela com relação aos produtos agroecológicos e sabendo que os mesmos distinguem-se daqueles comumente comercializados nos supermercados e feiras livres por não sofrerem nenhum tipo de intervenção química para “melhorar” sua aparência e tamanho aos olhos do consumidor, questionamos os clientes da feira sobre a aparência e a qualidade dos produtos ali expostos, utilizando a escala “excelente, bom, regular, ruim e péssimo”. Embora não se observe uma coincidência, em termos percentuais, na avaliação dos clientes, entre aparência e qualidade, observa-se que o juízo com relação a estas duas características é muito parecido. A maioria dos entrevistados entende como **boa** a aparência (71%) e a qualidade (60%) dos produtos. Uma quantidade significativa de clientes considera **excelente** tanto a aparência (22%) quanto a qualidade (36%) dos mesmos.

Por fim, solicitamos aos clientes que sugerissem melhorias que pudessem ser introduzidas para aumentar o grau de satisfação dos mesmos. A maioria deles referiu-se a melhorias que se revertem mais para os camponeses do que para os próprios clientes, fato que demonstra o caráter singular desta feira. As principais sugestões de melhoria referiram-se à **infra-estrutura** da feira (26%), normalmente fazendo-se referência à necessidade de mais pontos d’água (existe apenas um) e banheiros próximos à feira. Também o **local** de realização da mesma foi citado por 16% dos entrevistados que, muito embora reconheçam a centralidade do atual local, sugeriam que ela fosse transferida para um local com menor incidência de sol, demonstrando uma preocupação com as condições de trabalho dos camponeses. Outras melhorias citadas foram: maior diversificação dos **produtos** ofertados (22%), melhor **interação** entre os produtores e consumidores (12%)⁸ e a **organização** da feira (10%). Em menor proporção destacam-se uma necessidade de melhor **divulgação**, de maiores **investimentos** e de melhorias nas **embalagens**⁹.

No que se refere à pesquisa com os *não consumidores*, nosso intuito é o de identificar os principais motivos que levam membros da comunidade universitária a não priorizar a feira agroecológica como local de compras. As questões levantadas referiram-se ao conhecimento da existência da feira, às

⁸ Normalmente opinião dos clientes mais recentes.

razões que os levam a não freqüentá-la, ao conhecimento sobre o que é um produto agroecológico e um eventual interesse em adquirir cestas previamente confeccionadas. Os questionários foram aplicados nos cinco Centros da UFPB e atualmente estamos em fase de análise dos dados coletados.

O que aprendemos até agora ...

Até o presente momento, os maiores ensinamentos desta pesquisa/extensão foram dados pelos camponeses que participam da feira. Respondendo à necessária inserção no mercado, estes camponeses decidiram de que forma e em que moldes o fariam. O caminho foi longo e faticoso, mas os resultados alcançados até o momento demonstram que a escolha foi acertada. Prova disso é o crescente aumento do número de camponeses envolvidos direta ou indiretamente¹⁰ com a feira, a sua recente ampliação e a perspectiva de criação de uma nova feira. Tal experiência é uma demonstração concreta de que o campesinato brasileiro tem um outro projeto para si, muito diferente daquele imposto pelo neoliberalismo.

O que há de novo nesta feira? Difícil elencar as prioridades:

- A **construção coletiva de caminhos para a comercialização**, fruto da consciência da impossibilidade de se alcançar resultados satisfatórios individualmente. Muito embora a apropriação se dê de forma individual, a **feira é coletiva**, é de todos, como de todos é a responsabilidade pelo seu bom funcionamento.
- A **comercialização de produtos da reforma agrária**, prova de que, apesar do pouco investimento por parte do governo, ela é já uma realidade.
- A resposta dada à imposição dos transgênicos, através da prática da **agricultura agroecológica**, lançando no mercado **produtos seguros e soberanos**, livres de agrotóxicos e, em boa parte, produzidos através das chamadas *sementes crioulas*.
- A construção de um **outro mercado**, uma forma de comercialização feita em **outras bases**: são os camponeses nos ensinando ser chegado o momento de diminuir o ritmo e recuperar o tempo, aquele da conversa sinceramente interessada pelo outro, da troca de receitas, do abraço fraterno. Não se trata mais, pois, da relação fria, distante e impessoal entre produtor/consumidor, mas sim de uma relação fraterna, solidária, baseada na confiança e no respeito **entre pessoas**. Mais do que isso, é a comercialização de **produtos ligados ao território e com história, porque produzidos por camponeses** com nomes – que se fazem chamar na maioria dos casos por apelidos – desejos, histórias, e sobretudo com um **projeto para o Brasil do futuro** que, **cada vez mais**, passa a ser também este **coletivo**, enquanto aceito e dividido pelos seus clientes/amigos.

Esta experiência é a demonstração clara, como já salientava Marx, de que a resposta para a crise está na própria crise, de que não há nada que não possa ser repensado e reconstruído em outras bases. É a prova concreta de que “a classe incomoda” já decidiu o futuro que quer para si, e já começou a construí-lo. É, enfim, a prova de que *quem sabe faz a hora, não espera acontecer*.

⁹ Neste caso, enquanto alguns se referiam a uma necessidade de retirada do plástico, demonstrando uma maior consciência agroecológica, outros se referiam à necessidade de embalar os produtos em cestos de isopor e papel filme, para evitar o contato com a poluição dos carros e poeira às quais estão expostas.

Bibliografia

ADISSI, p. et. al. *Horticultura Paraibana e o Impacto Ambiental e Social. Relatório de Pesquisa* – João Pessoa, GEA, 1998 – 1999.

BAMAT, T e IENO NETO, G (org). *Qualidade de vida e reforma agrária na Paraíba*. João Pessoa: Unitrabalho/UEPB, 1998.

INCRA/ATECEL/UEPB/ENGERH *Relatório Ambiental Simplificado Assentamento Padre Gino* – Sapé/PB – agosto/2003.

INCRA/ATECEL/UEPB/ENGERH – *Aptidão Agrícola do Assentamento Padre Gino*.

INCRA/ATECEL/UEPB/ENGERH– *Plano de Desenvolvimento Agrário do Assentamento Rainha dos Anjos*.

¹⁰ Existem casos em que um camponês leva para comercializar os produtos de um outro camponês que cultiva através da agricultura agroecológica mas que ainda não possui produção suficiente para pleitear um lugar em uma barraca.